Mextilo

Memoria de la moda mexicana

GUSTAVO PRADO
&
ANDONELLA





andonella / dolores del río basado en ‘journey to fear’ / 1942 * fondo: imagen de mercado de pulgas 40’s

producción
trendo.mx

mextilo
investigación y diseño
gustavo prado

ilustraciones
andonella

traducción
ai google translate

mextilo film
zeón
alberto limón
diego espinosa
herminio tovar
jj cortés
andonella

fondeo
norman müller
rené serrano
fanny villiers
eduardo súarez

trendo.mx vlogs
daniel obregón
jj cortes
zeon

perros
macario & ofelia



FONDEADORA

KICKSTARTER

abril de 2017, mil ocho mil ejemplares más sobrantes para reposición orgullosamente impreso en México en León, Gto.





memoria de la moda mexicana



Gustavo Prado

ilustraciones x Andonella

vicente riva palacio / méxico a través de los siglos / portadilla / 1884 / colección trendo.mx

for Diane Pernet, with 


jean luc dupont / dp / 2015

Sometimes it takes an outsider to point out the obvious. If I have been of any help getting this indispensable book off the ground it has been through my own ignorance...

On one of my many trips to Mexico City, I was having a chat with Gustavo Prado a few days before a return flight to Paris.

When the conversations turned from what was happening on Mexico's very modern catwalks to the long heritage that sustained them, I had to admit that I knew very little about Mexico's rich and fascinating fashion history. What's more, I sensed I was not alone.

Not only Mexicans but people all around the world were in need of a definitive compendium.
Unbeknownst to me at the time, I had planted a seed with Gustavo that grew into a momentous research fuelled by the desire to educate and nourish us on the history of Mexican fashion.
Gustavo understood that every nation needs to know its roots and, without an understanding of its costume history, a nation is like a boat set adrift without a paddle. Designers around the world can now be inspired by Mexico's diverse and impressive fashion past. Most important of all, however, will be this book's contribution to the future of Mexican fashion.

Progress and innovation only makes sense in the context of a vibrant history.

Diane Pernet - a shaded view of fashion

MEXTILO

memoria de la moda mexicana



francisco mata / tepito: bravo el barrio! / 2008 / tepichula



francisco mata / tepito: bravo el barrio! / 2008 / guapiteño

MEXTILO la película,

se hizo para el ASVOFF Mx 2014 en el Franz Mayer.

Durante muchos años fui maestro. Pero en los salones de clase, solo se puede educar a un puñado de alumnos. En 2014 Diane Pernet - la gran dama del fashion film mundial-, mi madrina y mi inspiración, me preguntó:

-I want to know what it is to be a mexican designer...-

Y me di cuenta de que no existía un documento accesible, que pudiera dar cuenta de la historia de la moda en México.

Aquellos que existían eran inconseguibles, o eran recuentos antropólogicos, o visiones parciales condicionadas por ser una crónica de sociales, o incluso anuncio corporativo pagado. Es un problema historiográfico: aquellos que hablaron de la identidad como 'México a través de los siglos' hicieron recuentos patriarcales, en los que la moda no se veía como algo digno de explorar.

Y desde el lado de la propia moda, al intentar volver serio el asunto se perdió en lo etnográfico, que si bien reflexiona acerca de las identidades culturales, no entiende la vestimenta y la moda como el digno centro del estudio.

Así pues, con muy poco tiempo y contando sólo con los limitados recursos de mi sueldo de maestro, convoqué a un grupo de jóvenes cineastas: Zeón, Limón, Diego, Herminio y JJ dirigiendo y editando cada uno su sección, y con Andonella en las ilustraciones. Con el objetivo final de subirlo a youtube, para que no fuera un documento estático, sino accesible para siempre. Acabó siendo una película en toda la regla, presentándose en París en el Asvoff 8, y en foros y festivales en todo México.

El material de mis propias investigaciones, daba para más. Recurriendo al crowdfunding juntamos el 147% de lo que habíamos pedido para imprimir este libro. Así que este es un proyecto de la gente, no de las instituciones. :D (434)

El resultado no es definitivo, es una voz más en este coro. El objetivo es reunir y presentar las fuentes que existen (y de las que tenemos noticia) de la historia del vestido en México, que resulta... no eran tan escasas. Si el enfoque y el tema se ven raros, recuerda: está hecho para jóvenes... intenta siempre serlo!!!

Este libro busca lo único que yo siempre busqué: educar, provocar, conmover...!divirtiendo!

!Ojalá te inspire a tomar algún camino de creación!

Gustavo Prado ppos. del siglo XXI >.<

gustavo prado / mextilo / andonella / el cartel de la película / museo franz mayer, dentro de asvoff mx / 2014



alessandro bo / sin título de la serie retratos / 2015

federico gama / mazahuacholoskatopunk / 2009



federico gama / escondido /mazahuacholoskatopunk / 2005

Ninguna moda de ningún país se trata sólo de la ropa, son historias acerca de imaginarios e identidades.

En la segunda década del siglo XXI la moda mexicana está en una encrucijada.

Por un lado por fin, existen estructuras:

- escuelas de moda a nivel licenciatura
- cámaras industriales
- una gran producción textil -entre las 10 generadoras de riqueza en el país-
- una 'clase media' en construcción/expansión
- gentrificación urbana que busca expresarse en el vestido
- un sistema de apreciación del diseño que abarca bazares, congresos, revistas, premios y exhibiciones

¡Una industria textil de gran vitalidad!. Pero cuando hablamos de la supervivencia de los creadores de moda independiente, en la llamada moda de autor, vemos una situación permanente: Cada 10 años hay grandes extinciones masivas en las que jóvenes promisorios, no alcanzan a cuajar y quiebran negocios, cambian de giro y le abren la puerta a una nueva camada de 'promesas'.

Vicios que causan esta situación:

- costurera-rtista: el diseñador que cree que lo importante es expresarse / no puede pasar de la producción mínima a la escala de producción en serie / no entiende al consumidor
- no hago marca, hago caprichos: no se entiende a la moda como parte de un sistema aspiracional / las marcas no crean imaginarios de consumo masivo
- mi marca es para segmento A: marcas que pretenden ser de lujo, en una economía donde el consumidor prefiere por un lado la marca extranjera de 'lujo masivo', y por otro la gran masa escoge la moda más barata posible
- estoy salvando a los artesanos: buscando una identidad inasible / confunde el folklorismo con la tradición. Y olvida que cuatro años de diseño, no articulan conocimientos milenarios
- la moda no es artesanía: en el laberinto de lo 'mexicano', se pierden rescatando un pasado inexistente -y ajeno para el diseñador urbano egresado de universidad privada, gentrificado, hipster, cosmopolita, come-orgánico
- vestidos de noche: nociones obsoletas del género hacen que el 'enfoque creativo' se pierda en vestidos de noche, acabando de modistas, - que jamás serán DISEÑADORES
- 'esquema' de negocios para marcas que se venden sólo ocasionalmente en tianguis de diseño
- el imperio del patronaje básico: los sistemas educativos forman costureras, no se entiende la mercadotecnia, no se entiende el diseño... y además ¡no hay conceptos! (pero mucho moodboard >.<)
- la ignorancia acerca de qué ha pasado en la historia de la moda mexicana. Por eso llegó MEXTILO

Mazahuacholoskatopunks

-¿Quiénes son estos muchachos? ¿son urbanos, son rurales? ¿violentos o pacíficos?

Contestar esta pregunta nos ayudaría a saber quienes somos todos en esa identidad inasible de lo mexicano.

En el siglo XXI, como resultado de un boom en la construcción en ciudad de México, jóvenes inmigrantes de la Sierra Oaxaqueña emigraron a la capital.

Tradicionalmente el dinero que ganaban como albañiles lo mandaban a sus comunidades, pero a partes iguales entre mimetismo y protección, adoptaron una identidad inventada tomando elementos de aquellas cosas que les parecieron útiles de las imágenes de la contracultura urbana, convirtiéndose en una especie de punks... pero con música de banda.

Federico Gama a la vez fotógrafo y antropólogo piensa en juventud y contracultura a partir de la observación. Su libro 'Mazahuacholoskatopunk' de 2009 dice:

'Su look es de chavos banda. Su apariencia irreverente engaña a cualquiera, incluso a ellos mismos. Visten como cholos pero desconocen los rituales de esas bandas. Se consideran skatos pero no saben el significado de esta palabra. Son punks sin ideología...'

'Los indios de México...', 'nuestra artesanía', 'nuestras tradiciones'. Son las frases comunes y colonialistas que le enjaretan a una parte de la población la obligación de guardar las tradiciones de todos los demás, dichas por aquellos, que desde arriba, desde lo blanco y civilizado, dictan el discurso. #tanblanco #aburreme #tanfresa

¿Qué sucede cuando esa población autóctona se viste de punk? ¿cúal tradición se guarda cuando las identidades, y por ende la moda, no son monolitos sino gases en continua transformación?

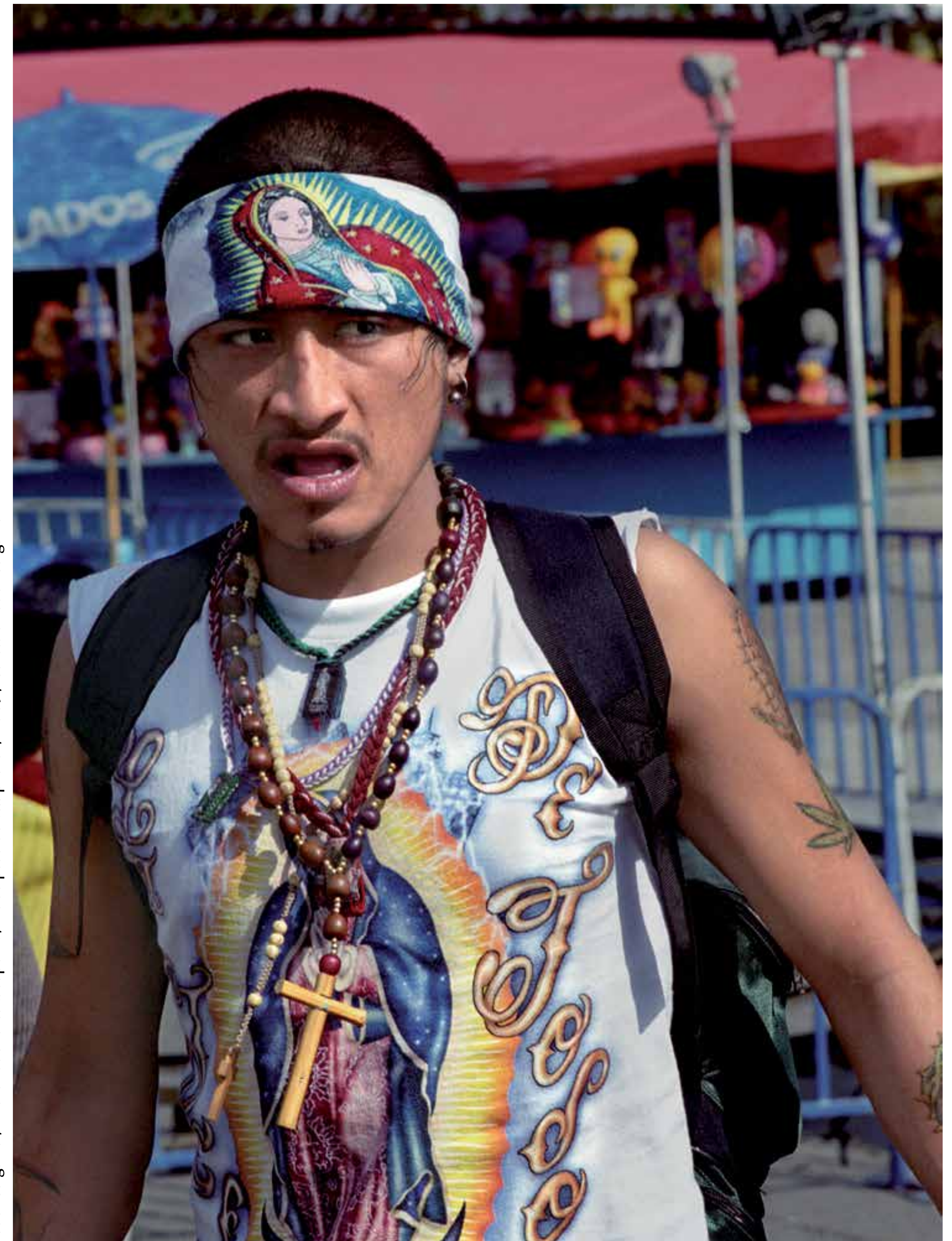
Al estudiar diseño de moda, te enseñan el patronaje básico de la usanza occidental, pero se desconoce el patronaje indígena. Las marcas usan como herramienta de venta y mercadotecnia la tradición: pero sólo en aplicaciones y bordados que medio recuerdan a ciertas etnias, usando la mano de obra indígena... peligrosamente confundiendo la explotación con el diseño.

La patente de validez de ese 'diseño mexicano' es la capacidad de replicar símbolos y usanzas del pasado memorioso del país, pero literal en el tenor que canta:

Mas si osare un extraño enemigo
profanar con su planta tu suelo,
piensa ¡oh Patria querida! que el cielo
un soldado en cada hijo te dió.

En donde basta con que un diseñador extranjero voltee a ver lo mexicano y lo tome como inspiración, para que las llamas del escándalo mediático se prendan...

Pero ¿qué sucede cuando esa población autóctona se viste de punk? ¿cúal tradición se guarda cuando las identidades y las modas están cuestionadas más que nunca? Cuantimás que esto sucede desde el propio México otrora profundo, hoy global y universal.



federico gama / mazahuacholoskatopunk / no se pase de v... profe / 2005 / cortesía federico gama

¿Qué es lo Mexicano?



En el mundo, México es una continua fuente de inspiración... venga de ejemplo:

Kenzo OI 11/12: Al fondo, un telón con una guitarra dibujada, que igual suena en la música de fondo. Café y tierras en el colorido: es el paisaje desértico. Botas vaqueras para caminar por tierra seca, mujeres altivas con la fuerza y aplomo de las mexicanas del norte.

La colección sin ser obviamente me - xi - ca - na, es identificable y evocadora. Antonio Marras el diseñador, entiende el 'world culture' conservando la tradición y dejando de lado el folklore, lo que además es una característica de la marca Kenzo. Y es un gran problema de la moda mexicana: no tenemos idea de cómo hacer diseño mexicano sin dejar de ser folklóricos.

En la moda del mundo las causas sociales, la violencia e injusticia son siempre temas a explorar: Alexander McQueen en 1995 con su colección 'Highland Rape' hacía una declaración acerca de la situación política de su país, uno entre incontables ejemplos.

Del #nosfaltan43 al #yosoy132, la moda mexicana evita temas controversiales. En la imposibilidad de articular conceptos propios mira espejismos lejanos (de María Antonieta a la Bauhaus). Pero nunca revisa al Estridentismo, a los Contemporáneos, a la Rivas Mercado, a Lupe Marín, a la Kolontai, a Nahui Ollin. No busca en Valdiosera -el pionero-, una continua inspiración y referencia. Y por supuesto JAMÁS toma a las muertas de Juárez, los fantasmas de los desaparecidos, el escándalo de la maquila, el terreno de la desigualdad:

'Las Rodarte, cuentan que fueron en un viaje a Ciudad Juárez; en la madrugada, la bruma, y las mujeres de la maquila saliendo a trabajar a la mitad de la noche, les llevó a hacer una colección con la idea de los sonámbulos...'

Las modelos fantasmales parecen calaveras catrinas. Tropo que desde videojuegos hasta películas animadas, se pierde en la fascinación por la fascinación de los mexicanos con la muerte.

'vestidos blancos que recuerdan las fiestas de quinceañera, el cádaver de la novia, y si quieres verlo a través de un cristal verdaderamente oscuro, el fantasma de las víctimas de las guerras del cartel de Juárez...'

Las hermanas Mulleavy no estudiaron moda, una hizo historia del arte, la otra inglés y con sus raíces mexicanas usaron el apellido de su mamá como marca: Rodarte...

Disruptivas, eligieron un tema extraño... y en ese momento pusieron en llamas a la prensa mexicana que se dió vuelo: que si era una falta de respeto ante las maquiladoras; y ya en el máximo !que era una burla a las muertas de Juárez! ...

Entró la Comisión de Derechos Humanos del DF y 'obligaron' a que se disculparan y aportaran dinero a un fondo de víctimas. ¿O sea la protesta es porque alguien desde afuera considera que estos temas si son trascendentes?

MÉXICO Á TRAVÉS DE LOS SIGLOS

kenzo / antonio marras / otoño invierno 11-12

rodarte / otoño invierno 2013

Inspiration or plagiarism?

Mexicans seeks reparations for french designers look alike blouse

The guardian
http://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2015/jun/17/mexican-mixe-blouse-isabel-marant

En junio de 2015, la comunidad indígena de Tlahuitoltepec, demandó a Isabel Marant acusándola de plagio.

Una blusa bordada inspirada en una pieza tradicional, dentro de una colección que presentaba un conjunto de referencias latinoamericanas en cada prenda. Con un gran PERO: la inspiración, como apropiación es un procedimiento estándar en los procesos de la moda y el arte del mundo mundial.

Cuando un diseñador mexicano toma como fuente de inspiración, aplicación o detalle una prenda tradicional nadie protesta, pero en este caso pareciera que el que lo 'hacen desde allá afuera' es lo malo.

Y en el caso 'México profundo' vs. Isabel Marant, el conflicto está en función de la idea del plagio. Ya desde lo que se enseña en las escuelas, la moda mexicana está acostumbrada a la 'apropiación' como estrategia creativa.

Y la pregunta que surge es si construimos un muro en el que sólo reciclamos el pasado porque 'es nuestro', cómo podemos innovar.

Marcas mexicanas serias como Lydia Lavin han tomado la idea de la tradición para replantear un diseño contemporáneo, pero con raíces. Hecho con seriedad y compromiso social uniendo producción, conocimiento de técnicas artesanales y comercio justo.

isabel marant / primavera - verano / 2016





lydia lavin / vestido bordado / rebozo naranja /otoño invierno 2013

Lydia Lavín no sólo es una diseñadora sino también ha sido una promotora de la educación en moda en la Universidad Iberoamericana y sus carreras de diseño. Como marca se centra en la riqueza cultural y textil de México. Desde su creación en 2005 su marca colabora con artesanos mexicanos.

Desde que Ramón Valdiosera planteó la cuestión de una moda mexicana con raíces mexicanas, una larga lista de creadores desde Josefa hasta Carla Fernández han tomado ese camino, pero con una disyuntiva: crear, desde la tradición, para innovar...

O crear desde la tradición para llegar a un producto que raya en el mal gusto kitsch, sin tomar en cuenta las necesidades y expectativas del mercado masivo en México, más allá de los folklorismos que se buscan en el México que se ve desde el extranjero.

Ahora, con otra perspectiva, la marca Sacrifice de Chris Cruz articula protestas callejeras articulando un ícono contemporáneo: la bandera del México de luto, no verde, blanco y colorada, sino negro sobre negro. (24)
La capacidad de interpretar en 'streetwear' el 'zeitgeist' -el espíritu de la época- logra lo que siempre tendría que hacer la moda, tangibilizar y hacer portable el sentimiento que se vive en la nación.

Una relación tan importante como el '68 y las playeras del Ché Guevara. Pero que ve hacia un México, no idílico, no perfecto: realismo / oportunidad.

La 'moda de autor' debe ser un comentario social y un espejo de la realidad si lo que pretende es poder responder al 'FAST FASHION' y dejar huella en un imaginario mayor.

Cuando en las escuelas sólo se enseña costura, se crea un vacío conceptual que busca llenarse de 'algo'.
Ante la falta de conceptos, la idea de un pasado glorioso, intocable, conocible a través de la artesanía, crea una máquina de movimiento perpetuo que cree que la respuesta está en la 'identidad'.



lydia lavin / vestido multicolor con negro / primavera verano / 2011

Entonces el pasado de México debe crear su presente: Lo que México fue... creará lo que México deberá ser.

Pero se parte de un gran malentendido, la idea es que en el terreno de la moda mexicana no existen fuentes, no hay historias trazadas que podamos retrazar, pero resulta que es un camino que si está planteado sólo que es desconocido...

Mextilo

ana york / sacrifice / chris cruz / otoño invierno / 2014 *25, 57, ε 85 vicente riva palacio / méxico a través de los siglos / portadilla / 1884 / colección trendo.mx

Sacrifice



saturnino herrán / nuestros dioses / 1915 / secretaría de cultura * andonella / el azteca / 2015

27-29 / antonio peñafiel / indumentaria antigua mexicana armas vestidos guerreros y civiles de los antiguos mexicanos / 1903 / colección trendo.mx

Indumentaria
Antigua
Armas, Vestidos Guerreros
y Civiles de
los Antiguos Mexicanos
por el Doctor
Antonio Peñafiel
México.



Vestidos civiles de los mexicanos.—A, B y C, Mantas de nobles.—D, de Tlacaelel.—E, de Nezahualcoyotl.—F, de Motecuhzoma I.—G, de Moctezuma II.—I, de Nezahualpilli.—H, Moctezuma II, del manuscrito original que perteneció al Sr. Barón de Humboldt, existente en la Biblioteca Real de Berlín.



Xiuhoyotl y Xiuhuitzolli, manta y corona de los reyes mexicanos, según el P. Fr. Diego Durán.—A, de Acamapitzin.—B, de Huitzilihuitl.—C, de Chimalpopoca.—D, de Itzcoatl.—E, de Motecuhzoma I.—F, de Axayacatl.—G, de Tizoc.—H, de Ahuitzotl.—I, de Motezuma II.

Indumentaria Antigua Mexicana

Auguste Racinet fue un estudioso francés que en 1876, publicó 'Le costume historique'. El siglo XIX era el de las grandes conquistas y con ese espíritu colonial, la orden del día era voltear al exotismo de pueblos lejanos y encontrar en sus rarezas motivos de realce de lo civilizado de unos, vs. el barbarismo de otros.

En México durante el mismo siglo, los relatos de viajeros como el de Mme. Calderón de la Barca o la estancia de Alexander Von Humboldt, dejaron registro narrativo y provocaron compendios cartográficos que contenían, además, descripciones y grabados que buscaban clasificar taxonómicamente todos los órdenes desde los animales hasta las vestimentas. Así, el italiano Claudio Linati publicó en 1828 'Costumes civils, militaires et réligieux du Mexique' (102-103) y el alemán Carl Nebel en 1836, 'Voyage pittoresque et archéologique dans la partie la plus intéressante du Méxique', (107-110) prologado por Humboldt.

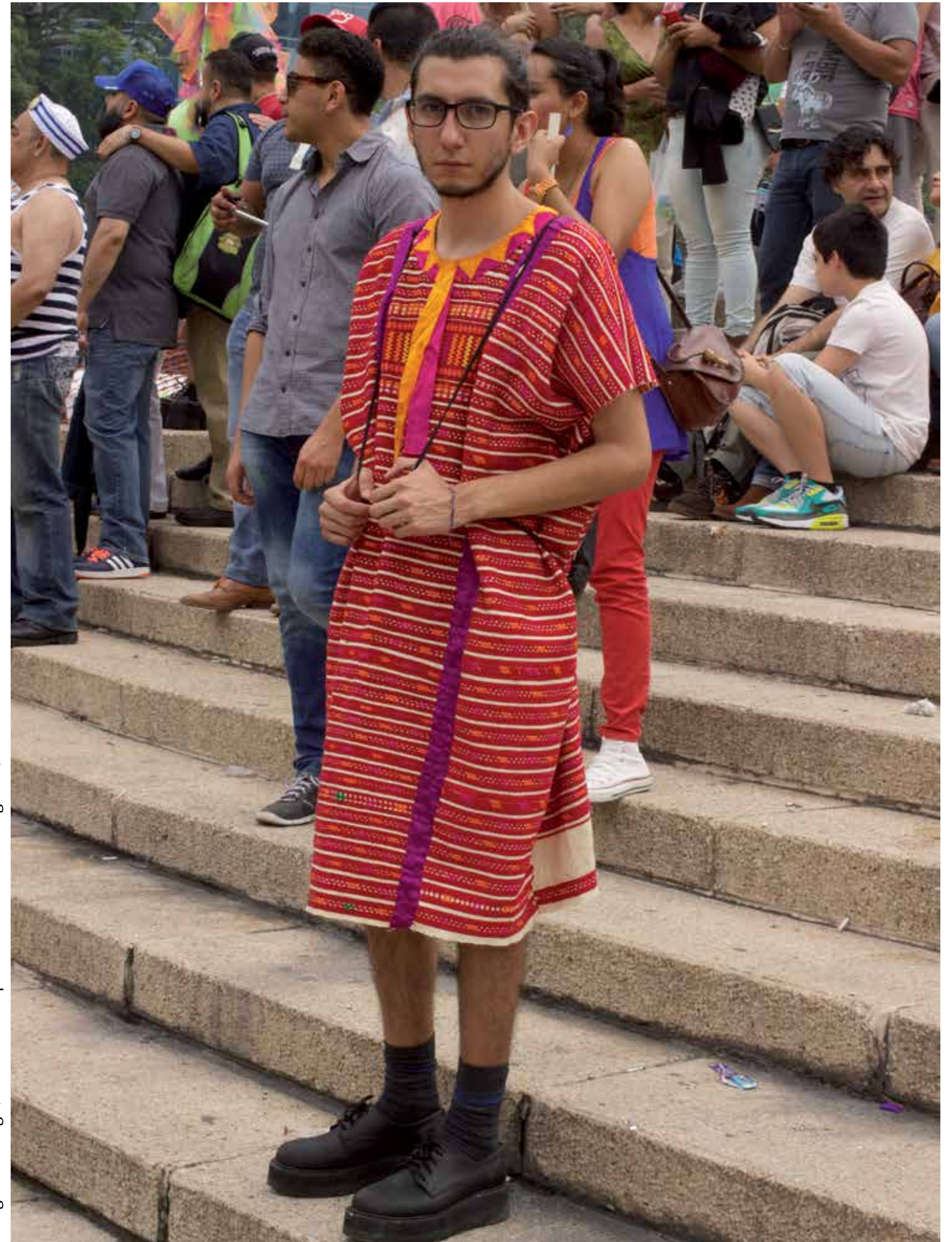
Posteriormente apareció el trabajo de cronistas e historiadores como Antonio García Cubas con el 'Atlas pintoresco é histórico de los Estados Unidos Mexicanos' de 1885, (66, 70-71) o Antonio Peñafiel con su 'Indumentaria Antigua Mexicana Armas Vestidos Guerreros y Civiles de los Antiguos Mexicanos' de 1903 (28-29).

La mirada detrás de estos documentos no es la perpectiva que tenemos actualmente. Después de la conquista se enterró todo vestigio del pasado, lo poco que sobrevivió fue la argamasa de un sincretismo cultural donde la cultura de los vencidos no se veía con valor alguno. En 1915 el pintor Saturnino Herrán develó 'Nuestros Dioses', (26) una pintura monumental que muestra una imagen que hasta hoy nos parece extraña: jóvenes indígenas de belleza idealizada rindiéndole tributo a un dios mitad Coatlicue, mitad Cristo.

Planteando una preocupación no resuelta del régimen porfirista, una imagen patria alejándose del ideal neoclásico sintonizado en lo grecorromano, volviendo los ojos hacia la construcción de 'lo nuestro' cosa que sería una de las grandes búsquedas de la post-revolución. La construcción de 'lo nacional' en una épica que buscaba delimitar la otredad a partir de la definición de lo propio.
Si eramos 'europeos', entonces lo 'mexicano' era como algo digno de ocultarse: una historia familiar de esas que todos sabemos pero no queremos repetir. Si éramos 'mexicanos, entonces crear estilos neoaztecas, exhaltar la raza de bronce, escribir el 'Ulises Criollo' debía ser la consigna.

Todo el siglo XX fue un zig-zag que define la historia del arte mexicano: rebotando entre lo nacionalista y lo extranjerizante (326-331). Una discusión que empezó en la alta cultura pero que será el tema de los pioneros Valdiosera, Valdés Peza y Chatillon, (234) cuando discutían si era preferible una moda nacionalista, o una basada en los patrones de Francia o en los de los Estados Unidos.

Son aún discusiones vivas en el terreno de la moda: un joven diseñador, Rodrigo de Noriega Colmenero, en una Marcha del Orgullo, porta un vestido tradicional triqui, que se ve moderno, contemporáneo y en lo absoluto fuera de lugar. ¿Reivindica el género o la etnia? ¿la modernidad o una nueva tradición?



rodrigo de noriega / vestido de triqui en una marcha del orgullo / 2015

andonella / diferentes tipos de cactli - zapatos / 2015

gabriel fernández ledesma / calzado mexicano - cactlis y huaraches / 1930 / colección trendo.mx

CALZADO MEXICANO

CACTLIS Y HUARACHES

por

Gabriel FERNANDEZ LEDESMA



SERIES DE ARTE
México M. CM. XXX

CALZADO MEXICANO

Está patente la existencia del calzado mexicano que, desde tiempos muy antiguos aparece en diversos monumentos: frescos mayas, escultura y cerámica, en los códices indígenas y relatos de misioneros españoles. Pero el calzado mexicano (cactli) es de singular importancia si se comprende su significación social: denotaba un rango, una jerarquía inaccesible a quienes no tenían los méritos suficientes para figurar entre los caballeros o los personajes.

El pueblo bajo, los *macehuales*, andaba descalzo y no podía adquirir el privilegio de usar cactlis si no los conquistaba por actos de nobleza o heroísmo en la guerra. «El uso de las mantas y los cacles, establecía una inmensa separación entre los personajes y macehuales, entre la nobleza y el pueblo. Según Tezozomoc, los primeros podían traer mantas largas, galanas, labradas; y los macehuales bajos habían de traer las mantas cortas, llanas, de algodón basto o de henequén; así mismo ningunos indios habían de traer cacles ni cotaras, aunque fueran valientes, so pena de ser, por ello, apredreados y muertos.»

«El cactli, sandalia o zapato del indio, dice Peñafiel, deja descubierto el dorso del pie y cubre el talón; lleva suela detenida por correas atadas de diferentes maneras como puede verse en las láminas (I-II-III-

IV-V-VI-VII), eran confeccionados de cuero de tigre; las suelas de cuero de ciervo de varios dobleces y cosidos como las alpargatas españolas. Los cacles llamados *pozolcactli* eran hechos de piel de zorra (pozotli) y los usaba el que daba la fiesta de los mercaderes.»

Estaban también adornados con pinturas o figuras mitológicas.

Llegaron a crear los mexicanos una variedad importante de calzado tanto en la aplicación de materiales, como en sus ornamentaciones y en la forma particular y muy notable de nudos y entrelaces. No sólo la piel manchada del océlotl, del leopardo y la zorra sino las finas plumas de aves –garzas y quetzales– eran como en las mantas, aplicadas a los cactlis de la nobleza y de los reyes.

Existen además los *cozehuatl*, especie de polainas de piel o medias botas cubiertas con laminillas de oro dispuestas en forma de escamas de serpiente. Respecto a esto dice el padre Sahagún: «Usaban traer en las piernas, de la rodilla abajo, grevas de oro muy delgado».

Estas cozehuatl eran exclusivas de los guerreros y su función correspondía a las calzas que para protegerse, usaban los soldados asirios, cazadores de fieras desde un carro.

Siempre iban en relación con el cactli y a veces formaban su prolongación o parte de él.

3 perspectivas



'El lienzo de Tlaxcalla' [...] no es propiamente un lienzo. Es un volumen en folio de sesenta y siete centímetros de ancho por cuarenta y siete de alto, compuesto de ochenta y seis hojas...

Así es como está escrito 'Indumentaria Antigua' (28-29) en el lenguaje de Peñafiel, una larga enumeración que no interpreta, sino sólo describe. Se lee como una de las listas de tributo registradas en los códices.

Su enfoque es al mismo tiempo histórico y épico en la descripción de personajes, pero sin llegar a ser antropológico.
En 200 páginas, el libro está dividido en texto, sección de litografías a color y final con impresiones monócromas de la realeza prehispánica.

Gabriel Fernández Ledesma en su Calzado Mexicano Cactlis y Huaraches de 1930, editado por la Secretaría de Educación Pública (33-35) hace contrastes con otras culturas, toma palabras del imaginario popular en un colofón de refranes acerca del zapato, interpreta las piezas prehispánicas en dibujos y grabados, volviéndolo un documento ameno y hasta simpático.

Tres décadas separan ambos estudios, pero no podrían ser más diferentes: uno es la mirada científica del porfiriato y el segundo, aunque posterior a la renuncia de José Vasconcelos a la SEP en 1924, es partícipe de una revisión del pasado de México al grito de 'Por mi raza hablará el espíritu'. En la que por supuesto el vestido tradicional también estaba siendo revalorado. El libro concluye diciendo:

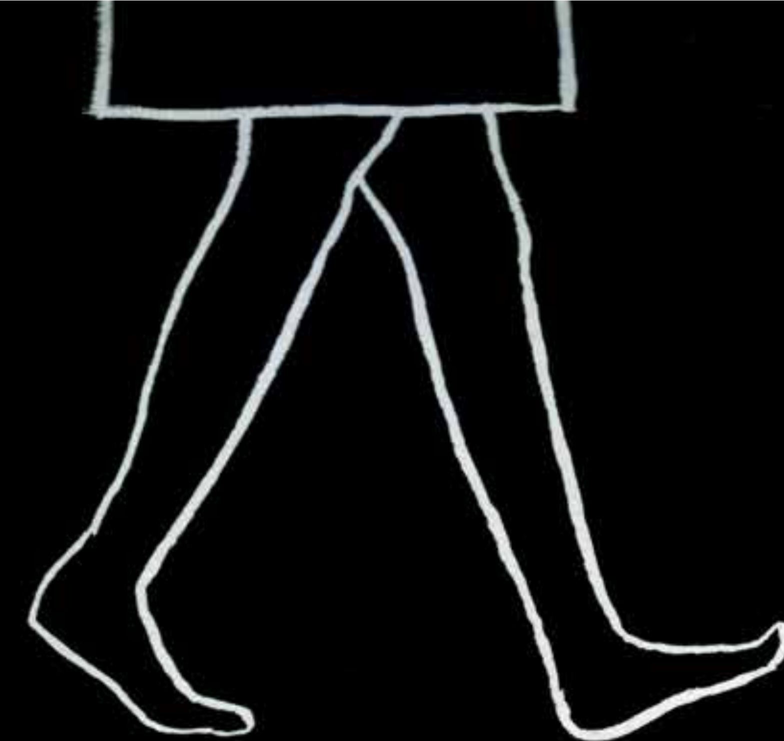
'La bibliografía sobre este asunto es tan escasa, que muy pocas son las notas sobre el calzado mexicano que haya podido consultar. Por otra parte, la índole de esta pequeña monografía tiende sólo a mostrar la transformación de la plástica del calzado mexicano, valiéndose especialmente de comparaciones gráficas de la época precortesiana a la época actual y sin que exista propiamente el deseo de hacer historia.'

Un siglo después Carla Fernández es una diseñadora de moda que viene de un caldo de cultivo diferente al de los demás diseñadores: su padre estaba a cargo de los museos del Inah y viajando juntos, desde niña fue reconociendo la vestimenta indígena de cada zona, para después adquirirla y mezclarla con su ropa contemporánea. 'De estas dos modas, la indígena y la occidental, yo creaba mi propio estilo' nos comenta en 'El manual de la diseñadora descalza' (37), su libro de 2013.

El haber estudiado Historia del Arte, le permitió mezclar referentes artísticos y entender las estrategias del mundo del arte para construir imaginarios en sus colecciones, y para hacer La diseñadora descalza: un manual para desaprender en 2016, una exhibición de moda en el Museo Jumex de la CDMX.

Carla nos recuerda que en México se enseña el patronaje occidental y luego se ponen detalles tradicionales, pero la cuestión es que la ropa indígena es diferente como concepto.

carla fernández / el manual de la diseñadora descalza / 2014 / colección trendo.mx / cortesía carla fernández



El manual de la diseñadora descalza
The Barefoot Designer: A Handbook
Carla Fernández



carla fernández / primavera verano / 2015

carla fernández / primavera verano / 2015



claudio linati / trajes civiles, religiosos y militares de méxico / 1828 / retrato de moctetzouma xocotzin dernier emperour / colección trendo.mx

sastreado vs. geométrico

diferencias entre la	***indumentaria indígena***	***indumentaria sastreada***
mide en	***dedos y cuartas***	***centímetros o pulgadas***
	codos	***yardas***
la silueta es	***geométrica***	***ajustada al cuerpo***
se mide con	***hilos***	***reglas***
costuras	***hechas a mano***	***hechas a máquina***
cortes	***rectos***	***curvos***
se cierra con	***nudos y fajas***	***botones y cierres***
cortes	***sin cortes o se rasga la tela***	***uso de tijeras***

El Manual (37) recoge además, la experiencia de Carla en otras iniciativas de moda como el Taller Flora. Basado en un esquema conceptual, determina cuales son las coordenadas entre los procesos industriales, las artesanías y propiamente el terreno del diseño.

El laberinto en el que todos se pierden, confundiendo la artesanía con la mera manualidad queda resuelto al tener en cuenta que la creación de moda occidental vs. la prenda indígena pertenece a categorías diferentes. Al entender las estrategias del mundo del arte, los procesos del diseño como disciplina y encima entender la realidad del negocio de moda... Carla Fernández es una marca con imaginario, concepto y los pies en la tierra.

Cuando a principios del siglo XX...

Madeleine Vionnet revolucionó la moda aún más que Poiret y Chanel, fue porque sin inspiraciones orientalistas, ni arrebatos de mujer moderna: investigó la forma.

Partiendo de la proporción aúrea y del vocabulario constructivo de la ropa griega, llegó a un planteamiento geométrico que era la base de su diseño, en donde ni el figurín ni eventualmente el modelado -que ella inventó- eran el objetivo: trazaba en el plano, hacía cálculos aúreos y resolvía la geometría en el plano de cada prenda, sin patronaje básico, cada vestido una solución innovadora por si misma.

Entender la construcción de una prenda como volumen y forma, plantea un ejercicio de diseño complejo. En Mx se enseña un patronaje básico monolítico, y a eso se ajustan hasta las creaciones de vanguardia.

En el mundo prehispánico se partía de una 'raíz cuadrada'. No aplican ni siquiera las palabras actuales. Falda, pantalón, camisa y zapato no tienen equivalentes ni eco en quexquemetl, amarre o cactli.

Además no existía el concepto de moda:

'Entre los antiguos mexicanos, todos vestían en apariencia las mismas prendas. La indumentaria no era un fenómeno transitorio y desempeñaba una única función: fijar la identidad del individuo y por lo mismo declarar su pertenencia étnica'.

Sin moda, tenían vestimenta.

Una confusión en los estudios del vestido en México, es que ven en las evidencias -vestimentas- significados inexistentes - moda.

El pionero de la moda en México, en el diseño y la investigación fue:

Ramón Valdiosera Berman

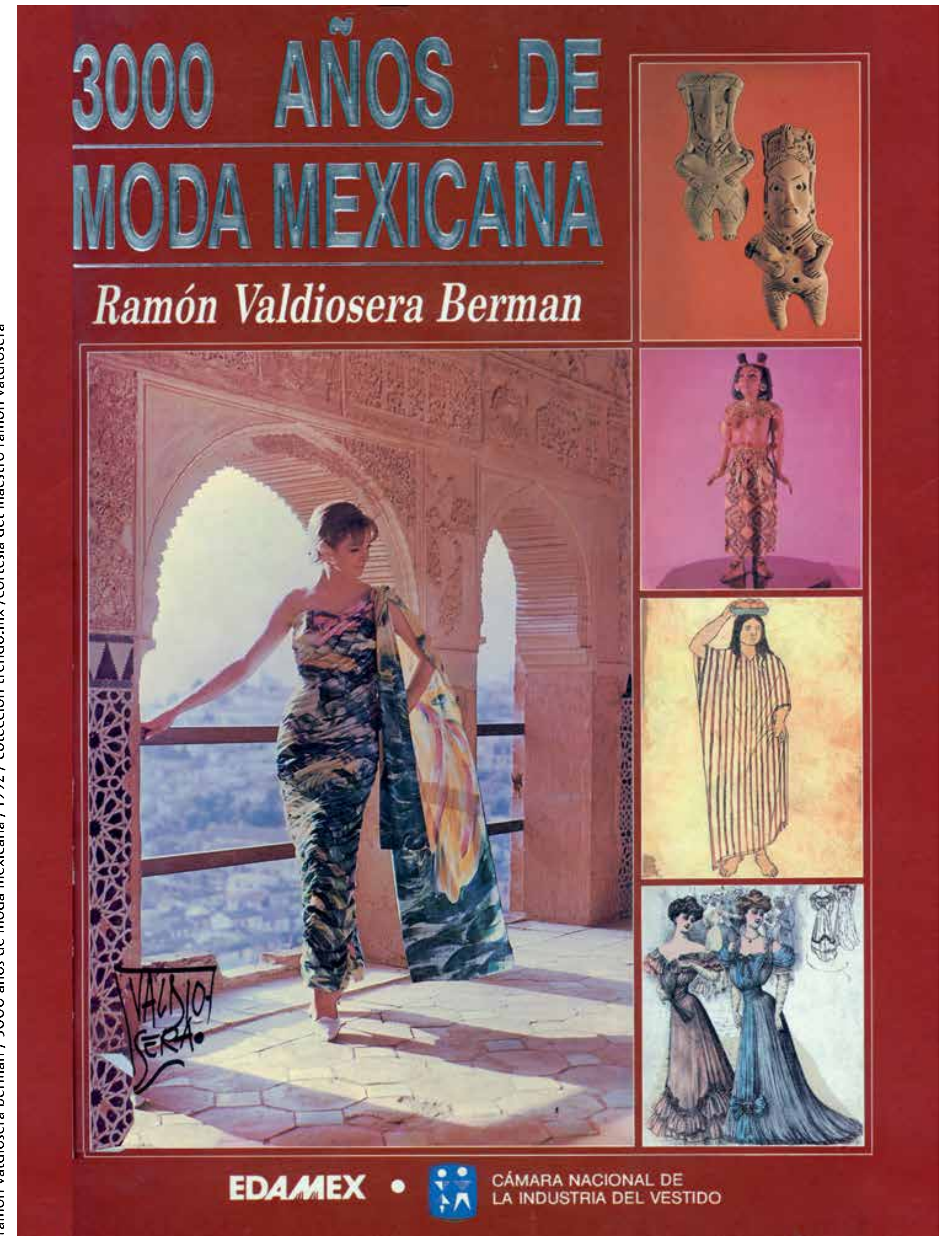
En la década de los 40's fue el primero en plantearse una moda mexicana hecha con materiales mexicanos: para articular un lenguaje propio en el vestido. Además realizó una veintena de libros. En 1992 publicó 3000 AÑOS DE MODA MEXICANA (43-45). Obra finalizada en junio de 1969, pero por la que pasaron 23 años hasta que la Cámara Nacional de la Industria del vestido tomara el proyecto con un tiraje de 4000 ejemplares.

Con 312 páginas, es un texto pionero acerca del tema en México. En un eco a las autobiografías de Poiret, Schiaparelli y Dior, Valdiosera describe desde su experiencia el mundo de la moda que le tocó vivir, sumado a un exhaustivo recuento antropológico donde los usos y costumbres por momentos se confunden con la moda. ¿Cuál es moda?, ¿cuál es historia?, ¿cómo construyen juntas identidad? -o sea el tema completo de la moda mexicana.

Para quién busque en sus páginas todas las respuestas, es una monografía del maestro Valdiosera y su visión acerca del pasado de México. Organiza la información de acuerdo al origen étnico: teotihuacanos, zapotecas, mayas, toltecas, aztecas. Continúa por la historia de México, colonia, revolución, regresando a la perspectiva del mundo indígena actual. Y focaliza mayormente en su propia historia, en su propia promesa y en la contundencia de su peso.

Aquel universo de la vestimenta prehispánica que fascinó tanto a Valdiosera (al grado de llevarlo a abrir un fugaz museo de la moda), no sobrevivió a la conquista, ni en el traje de la colonia, ni en el del porfiriato. Pero ese imaginario de lo mexicano que fascinó a Don Ramón, tampoco se ha replanteado en las colecciones del siglo XXI. Ahora tenemos identidades fluidas, en continua transformación... pero desinformadas.

En este legado hay dibujos minuciosos que dan cuenta de la profundidad de sus investigaciones -otros de sus libros son acerca de QUETZALTCOÁTL, de BONAMPAK- lo que le permite en el texto ser exhaustivo en su conocimiento antropológico, plásticamente complejo y totalizador en el enfoque que habla desde el peinado, los tocados y los usos de cada una de las regiones de México.



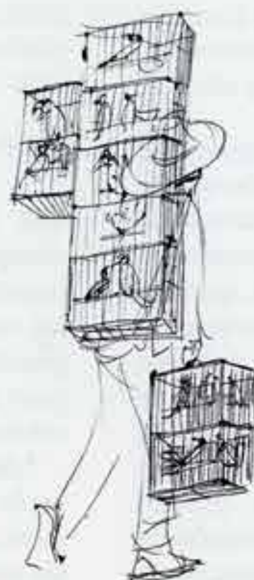
ramón valdiosera berman / 3000 años de moda mexicana / 1992 / colección trendo.mx /cortesía del maestro ramón valdiosera

NOS TRAJIMOS AL ESTUDIO MIL IMAGENES

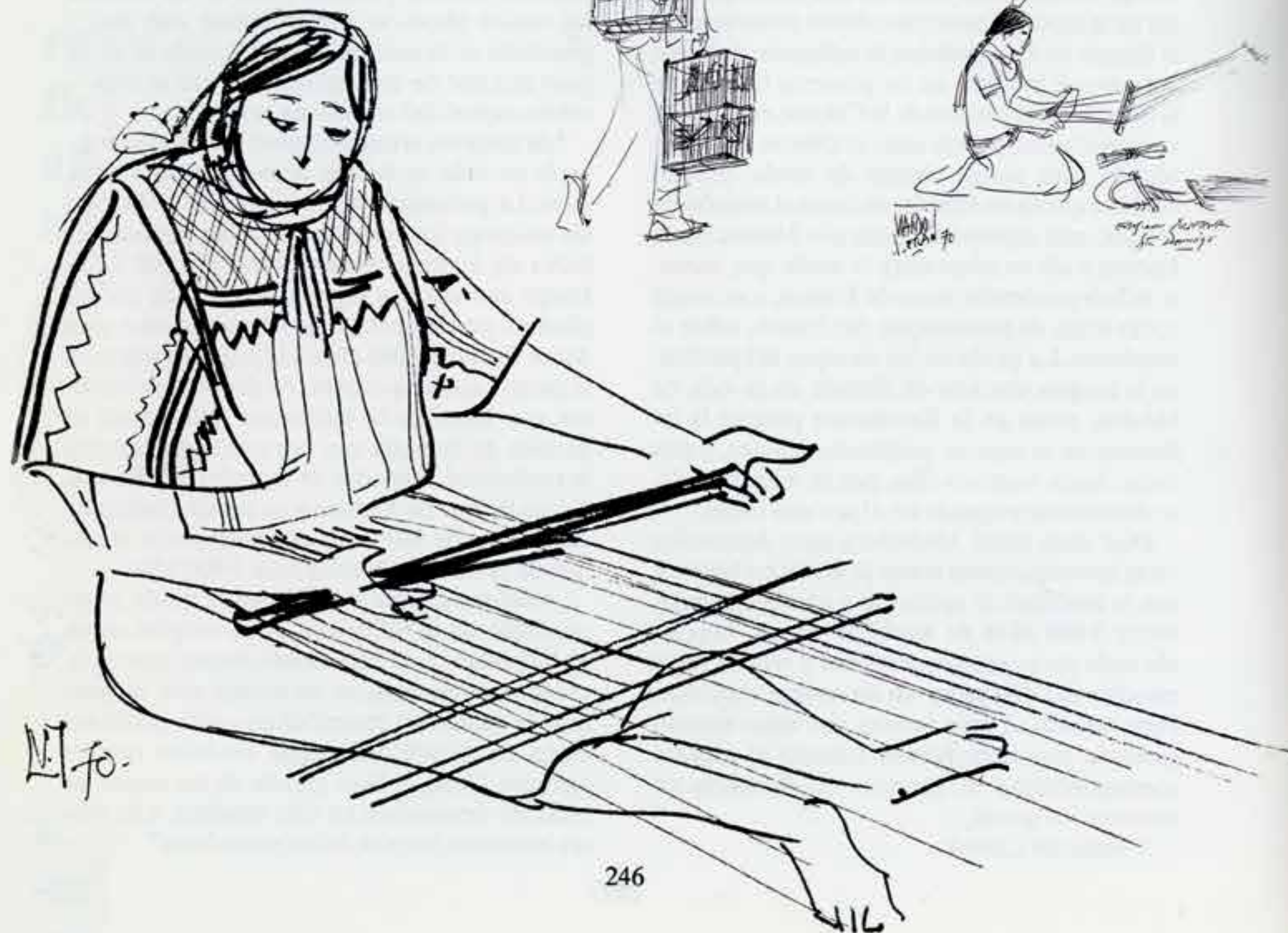
Para capturar el estilo y la moda del mexicano, Valdiosera realizó miles de apuntes. Tejedoras, vendedoras de fruta, campesinas, artesanos, pajareros, vendedoras de sombreros, toda la inmensa gama de personajes de un México que se está fugando del corazón y del paisaje, quedaron aprisionados por el lápiz del autor de esta obra. Con esta documentación, única en su género, podrían formarse varios volúmenes.













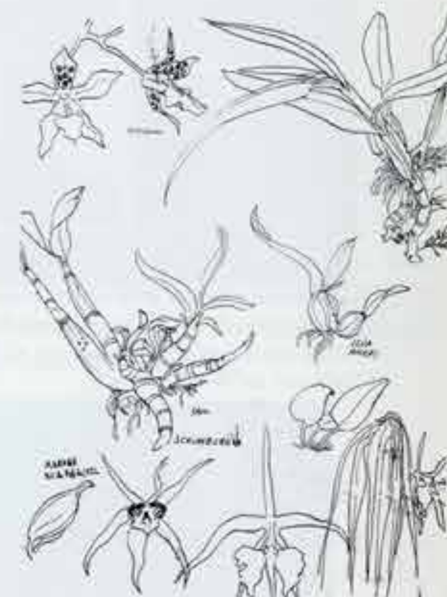
















en el ombligo de la luna:

Es lo que quiere decir el nombre 'México'. En la tradición, la tela jamás debía cortarse pues se cortaba el 'hilo de la vida'. Idea que compartían los griegos, que usaban la clámide como prenda principal colgada de un hombro, y que tenía en la tilma un equivalente prehispánico. La base del vestido era sencilla, tanto para hombres como para mujeres. Pocas prendas, a veces muy adornadas. El material era el algodón, la fibra del henequén o del maguey. Sus 'básicos' eran:

tilmatli Sinónimo ayatl, que pasó al español como tilma y ayate. Era una pieza de tela cuadrada hecha de algodón o ixtle de manta cruda. Tan grande como para tapar el cuerpo del hombre pero dejando bastante al desnudo. Era multiusos, cobijo durante la noche, o usado para envolver y cargar cosas. En las clases altas: tlamachayatl, de colores y con realce de plumas a diferencia de la tilma del diario que era manta cruda.

maxtlatl El hombre usaba un taparrabo, y encima el tilmatli. Protegía sus partes, pero dando libertad a las extremidades. Era una tela que pasaba entre las piernas y salía por el frente dejando caer adelante y atrás los extremos, que se usaban bordados. En 1500 lo usaban todos pueblos de México, excepto los tarascos lo que parecía escandaloso a los habitantes del centro. Esta prenda viene desde los olmecas y los mayas, es muy antigua. En los pliegues se guardaban objetos pequeños y en sus puntas se podían recoger frutos y semillas. Al hacer falta una reata, se podía quitar y servir para escalar peñascos, se dejaba puesto para dormir. Era una prenda extramadamente versátil.

quechquemitl Pieza rectangular que se arma para colgarse desde los hombros colgando sobre el pecho y que después de la conquista se generalizó entre el vestuario de los pueblos indígenas. Tiene un paralelo con la 'stola' que se usaba en bizancio y que evolucionó para convertirse en la pieza superior de la vestimenta occidental.

huipil El huipil, era igual, una pieza rectangular abierta en el cuello a manera de blusa y de largo variable, que también puede utilizarse con una falda de amarre.
Podía usarse como una pequeña tienda metiendo los brazos dentro de este amplio vestido y quedando protegidos de los moscos, del calor y el frío. En algunas regiones fue el quechquemitl sustituto del huipil y en otras solamente la mujer noble lo usaba como distintivo de su rango. Tenía varias formas de usarse, variando en el cómo envoverlo, servía además para cargar al niño. Las clases populares tenían descubierto el busto.

cueitl Falda de tela enrollada alrededor de la parte inferior del cuerpo y que caía por debajo de la pantorrilla, fijada a la cintura por un ceñidor bordado.



andonella / caballero azteca usando un maxtlatl, después del sacrificio / 2015

tlapalli & xóchitl: teñidos

Tlapalli era el nombre del color en general, aunque particularmente refería al rojo. Curiosamente el término tlapalería, es una voz que viene del náhuatl, y precisamente hace alusión a que en ese lugar, venden 'los colores', ya para la casa o para teñir la ropa, vendría a ser algo así como 'la colorería' :D.

Se teñía con la grana cochinilla que se cultivaba sobre el nopal y era de un color rojo intenso.

Las tintas de origen vegetal eran abundantes: el azul índigo se producía de la planta siuhquilitl y de las flores matlalli, tezotli y oxoxouic de donde se hacía toda la gama de azules. El anaranjado venía del achiyotl que es una semilla; el rojo salía del palo del Brasil. El amarillo se obtenía de un parásito de los árboles, el zacatlaxcalli. El negro se producía del hollín del pino.

Se usaba especialmente el óxido de fierro, los mayas descubrieron un pigmento azul, usado también mucho sobre las figurillas, sacado del mineral beidelita. Fray Bernardino de Sahagún cuenta de la profesión de tintoreros y de cómo se vendían en grandes cestos los colorantes en el mercado.

En México el significado de los colores era extremadamente rico, por ejemplo:

Azul significaba agua, era el color de Tláloc y las deidades de las aguas. El amarillo indicaba la luz de las estrellas.

El negro se asociaba a la obscuridad, a lo nocturno y al dios Tezcatlipoca.

El rojo, con el fuego, con el sacrificio, porque es el color de la sangre, el líquido precioso que alimentaba a los dioses. Y con Xipetotec el señor de los desollados -que simboliza el cambio de estaciones- los sacerdotes de este dios, le quitaban la piel a los cautivos y la usaban como una malla perfecta que les daba el aspecto de los muertos.



En el siglo XX una investigadora japonesa Yoshiko Shirata, dedicó su vida a investigar la manera en la que los pueblos prehispánicos realizaban los procesos de teñido y los reconstruyó de manera experimental para realizar teñidos con flores y frutas mexicanas.

En el tocador femenino había espejos de obsidiana cuidadosamente pulidos, así como cremas y perfumes. A las mujeres cuyo color natural era un moreno bronceado les gustaba tener un tinte amarillo claro, como se ve en los códices. Lo hacían con una pasta llamado axin, una tierra amarilla el tecozauitl que era tan codiciada que algunas provincias la entregaban para pagar tributo.

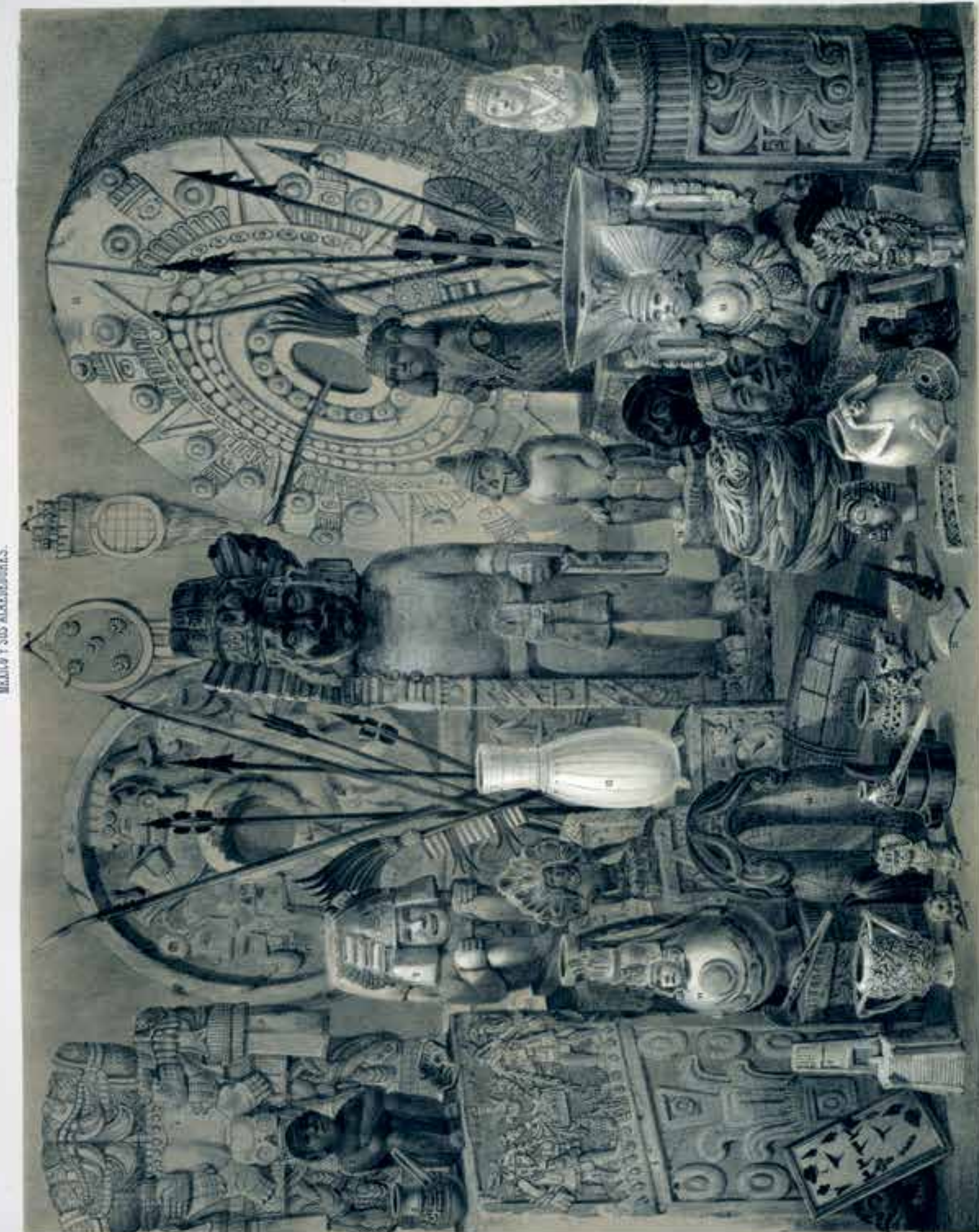
Pintarse los dientes de negro-rojo oscuro con grava era costumbre extendida entre las huastecas, las otomíes y algunas mujeres de Tenochtitlán que se habían aficionado a ello.

Era costumbre sahumarse con algunos humos olorosos y andar mascando el 'tzictli' para limpiar los dientes, que para mayor elegancia se hacía sonando las dentelladas como castañetas.

En la época de la conquista, el pelo se llevaba levantado sobre la cabeza con dos capullos parecidos a cuernos pequeños o en ocasiones informales suelto sobre los hombros, para mayor belleza.

La apariencia femenina en México-tenochtitlán reaccionaba con sobriedad contra lo bárbaro de la ornamentación que reinaba en los pueblos vecinos.

En Tenochtitlán se consideraba que la mujer de la clase dirigente bastaba con estar aseada para hacer valer sus encantos: 'Para que tu marido no te aborrezca atavíate, lávate y lava tus ropas'.



49. casimiro castro / méxico y sus alrededores: vistas, trajes y monumentos / 1855 / colección trendo.mx

covarrubias y tehuanas

El vestido mexicano evolucionó posteriormente en multitud de versiones locales. Como ejemplo en la zona del itsmo de Tehuantepec aparece el traje de las tehuanas. Es una versión adaptada del antiquísimo huipil, un rectángulo cortado a la mitad, cosido a los lados, dejando sólo el tamaño exacto para que pasen los brazos de la usuaria. Se usa con forro, y hasta la primera mitad del siglo XX se mantenía con un colorido predeterminado: morado obscuro, rojo, escarlata, bermellón. Pocas veces estampado, en algunos casos con puntos, y en ocasiones con patrones de hojas y flores. Sorprendentemente 'los materiales de los huipiles provenían de Inglaterra, de los textiles de Manchester, hechos especialmente para venderse en el itsmo y en ningún otro lugar. Pero el mercado luego fue tomado por manufactureras mexicanas, aún cuando las tehuanas ancianas, aun buscan los buenos y tradicionales algodones de Manchester'.

Todo esto, según Miguel Covarrubias quién publicó en 1946, en inglés, el tomo 'México South, the Isthmus of Tehuantepec'.

Covarrubias era un creador, interesado por la cultura mexicana. Extraordinario dibujante y caricaturista, lo que lo llevó a ilustrar las portadas e interiores del Vanity Fair en la primera mitad del siglo XX. Mexicano universal, su mirada veía desde la isla de Bali, las culturas mexicanas, hasta lo más chic y cosmopolita de su mundo. 'Imposible conversations' eran cartones en los que hacía coincidir en el mismo dibujo a Elsa Schiaparelli hablando con Stalin. Al ritmo del jazz dibujó el Harlem de su época, tal cual lo haría otro protagonista de esta historia, el Chango García Cabral. (211-217)

Observando la evolución del traje de tehuana (54) nos cuenta cómo desde las figuras prehispánicas se observa el quixquemetl y el huipil 'el eterno femenino del México prehispánico' (A) Y (B). En grabados de ppos. del XIX se observa el busto al aire, aunque con la cabeza velada (C), que se transforma en el 'huipil de tapar' zoque (D) y de este se convierte en (E) la versión comercial hecha de encaje confeccionado a máquina.

Y con versiones variadas del tocado que va tomando la forma clásica del billete de a $10 pesos de mediados del XX (51) que en realidad refería a una forma más primitiva del tocado.

La perspectiva de Covarrubias es necesaria en la moda mexicana contemporánea. Si en vez de apuntar al folklorismo -que en su desconocimiento toma literal elementos artesanales- se buscara establecer líneas de contacto con el pasado, sí, pero transformado en una visión del diseño que al mismo tiempo entendiera los cambios de la sociedad mexicana actualizando el repertorio de prendas, con ecos del pasado, para que fueran contempóraneas sin ser folklóricas, entonces estaríamos iniciando el camino para que nuestra moda tuviera una voz diferente y reconocible en el coro mundial 'fashionista'.

En la obra de Cristóbal Balenciaga eso pasa continuamente. Si uno lo ve como alta moda, los milagros contructivos, las exploraciones de la forma, el sobrio colorido, están en sintonía y responden a lo que hacía al tiempo el 'New look' de Dior.

Pero a nosotros como mexicanos nos sorprende que, al profundizar, sus prendas son una traducción del repertorio pictórico español de Goya a Picasso. Siempre presente el flamenco y los guiños hacia los trajes religiosos. Pero que siendo 'tan español' no se siente ni folklórico ni étnico: su lenguaje es universal.

A 70 años de la perspectiva de 'Mexico South', una imagen antropológica de los sesentas, sorprende en su modernidad: un joven huichol nos contempla retándonos a hacer de su vestimenta una propuesta de ropa calle para el siglo XXI. (56)

billete de a $10 pesos / banco de méxico / the american bank note company / 1953 * andonella / tehuana / 2015



52. miguel covarrubias / mexico south / 1947 / colección trendo.mx * andonella /retrato de miguel covarrubias / 2015

The Tehuantepec River

MIGUEL COVARRUBIAS

MEXICO SOUTH

THE ISTHMUS OF TEHUANTEPEC



Paintings and drawings by the author · Photographs by Rose Covarrubias, the author, and others

---

NEW YORK

1947



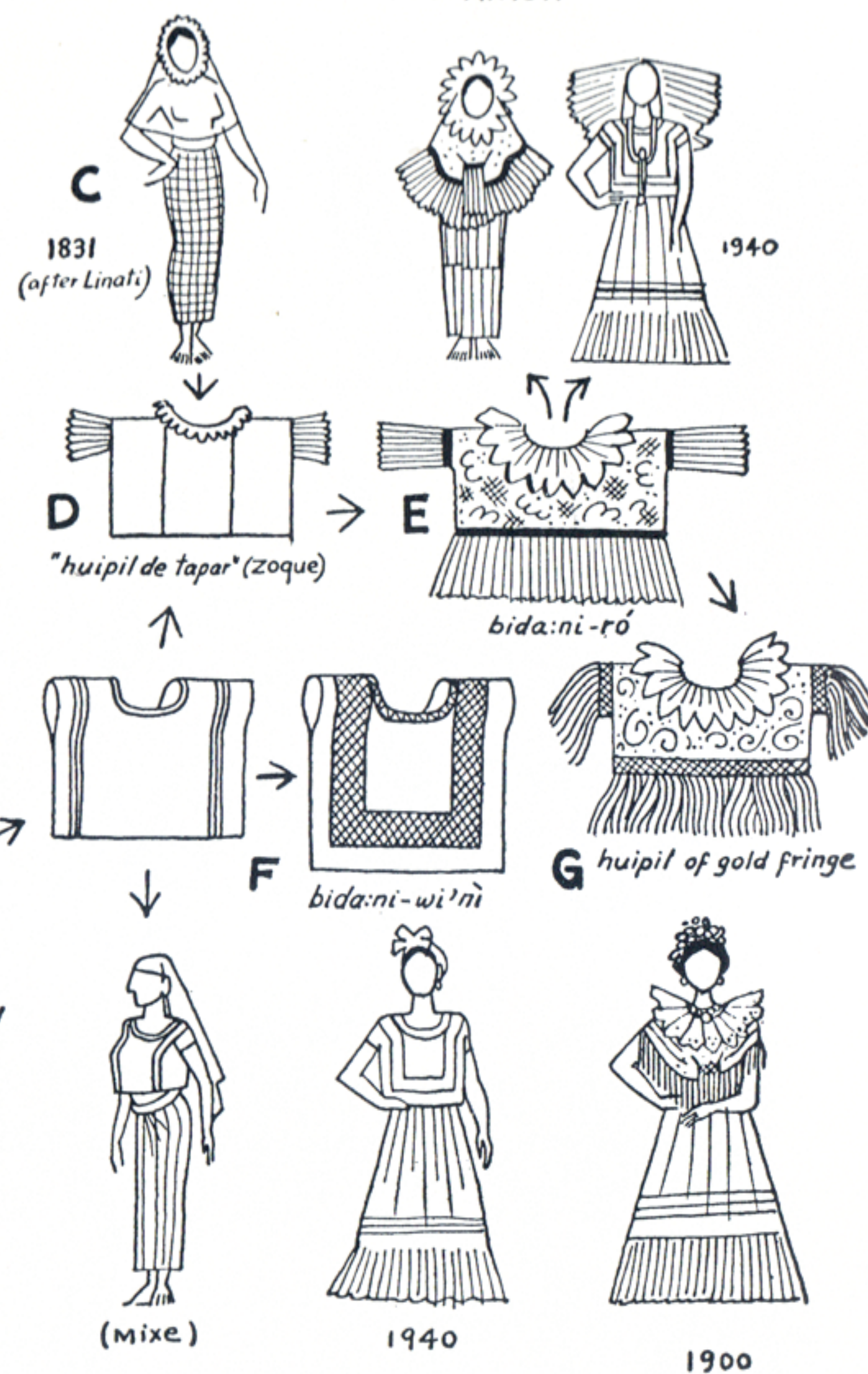
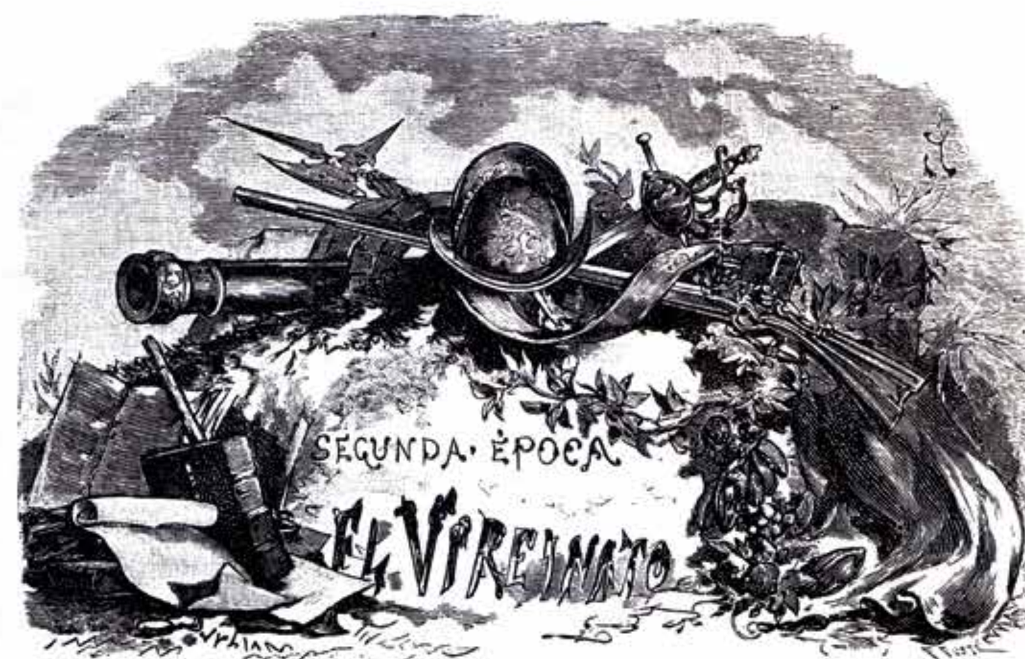


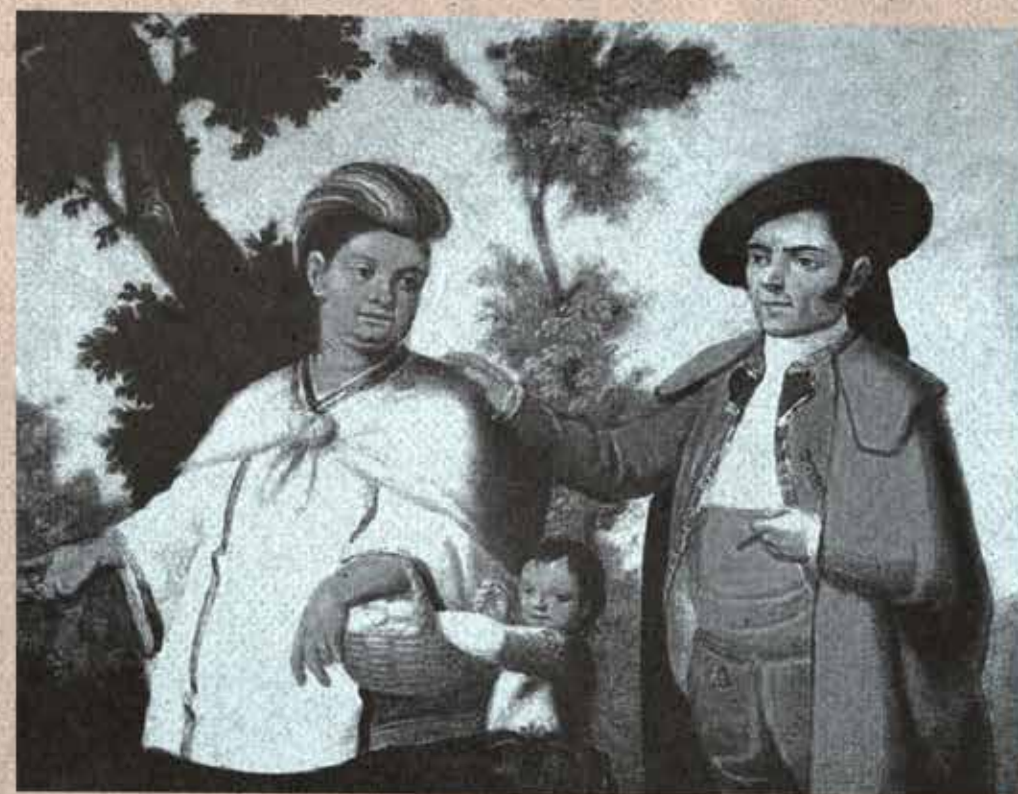
Chart of the evolution of Tehuantepec dress

miguel covarrubias / mexico south / 1947 / biblioteca trendo.mx 54. evolución del vestido de tehuantepec 55. jóvenes tehuanas llevando flores al santo patrono

Young *tehuanas* carrying flowers to the patron saint

donald cordry / joven huichol /altavista, nayarit / indumentaria mexicana / artes de méxico / 1966 / colección trendo.mx / cortesía margarita de orellana





EL TRAJE
EN LA
NUEVA ESPAÑA

por

Abelardo Carrillo y Gariel

DIRECCIÓN DE MONUMENTOS COLONIALES

abelardo carrillo y gariel / el vestido en la nueva españa / INAH / 1959 / colección trendo.mx



Introducción

'CAYÓ el rico imperio de Moteczuma (40), herido por la espada de un aventurero audaz e inteligente...'. Así es como comienza en una página como ésta la narración de la conquista en el tomo de 'MÉXICO A TRAVÉS DE LOS SIGLOS' de 1884. El tono cuenta la gesta, pero a diferencia de la voz del siglo XX, la canta desde la visión de los vencedores.

'CRÓNICA DE LAS DESTRUCCIONES', el 'CORAZÓN DE PIEDRA VERDE', 'CRÓNICA DE LA CONQUISTA DE LA NUEVA ESPAÑA' en cualquier versión lo que se cuenta es un encuentro, sólo equivalente al que tendríamos con una civilización extraterrestre: todos los supuestos quedaron desbordados.

La civilización azteca tenía sometidos a todos los pueblos aledaños, y no había un concepto de México-nación como ahora lo entendemos. No sólo el embate de los españoles, sino que la suma de armas inimaginables, caballos (incomprensibles), enfermedades contra las que nadie tenía resistencia y una nueva religión provocaron la caída y un cambio de paradigma que sucedió en todos los órdenes

Las desnudeces anteriores fueron prohibidas, y aquellos de entre las clases altas que tuvieron el azar de sobrevivir, se mezclaron con los conquistadores no sólo en la carne, sino en todas sus costumbres. En arquitectura se llamó 'tequitqui', en la gastronomía llegaron las aves, el cerdo, las reses... y la grasa... dando lugar a una nueva cocina.

En la vestimenta, las piezas del mundo prehispánico se fundieron en un sincretismo cultural, que pronto dió paso a un sistema jerárquico de castas en el que, mientras más arriba se estaba, más europeo era el traje.

Enfrentado a nuevas creencias, literalmente el mundo prehispánico fue enterrado. Pero ahí oculto, siguió conviviendo y dando color a esa Nueva España.

dulce pinzón / de la serie gente que me cae bien: marcelo / 2013

Era necesario un milagro para fundir ambas culturas de una manera armoniosa.

El mundo prehispánico estaba acostumbrado a los presagios, las señales y las profecías, cada cosa y color tenía un significado, las flores teñían sus telas. Tenían por sagrado el territorio del Tepeyac, y un gran respeto por la figura femenina en su panteón de dioses.

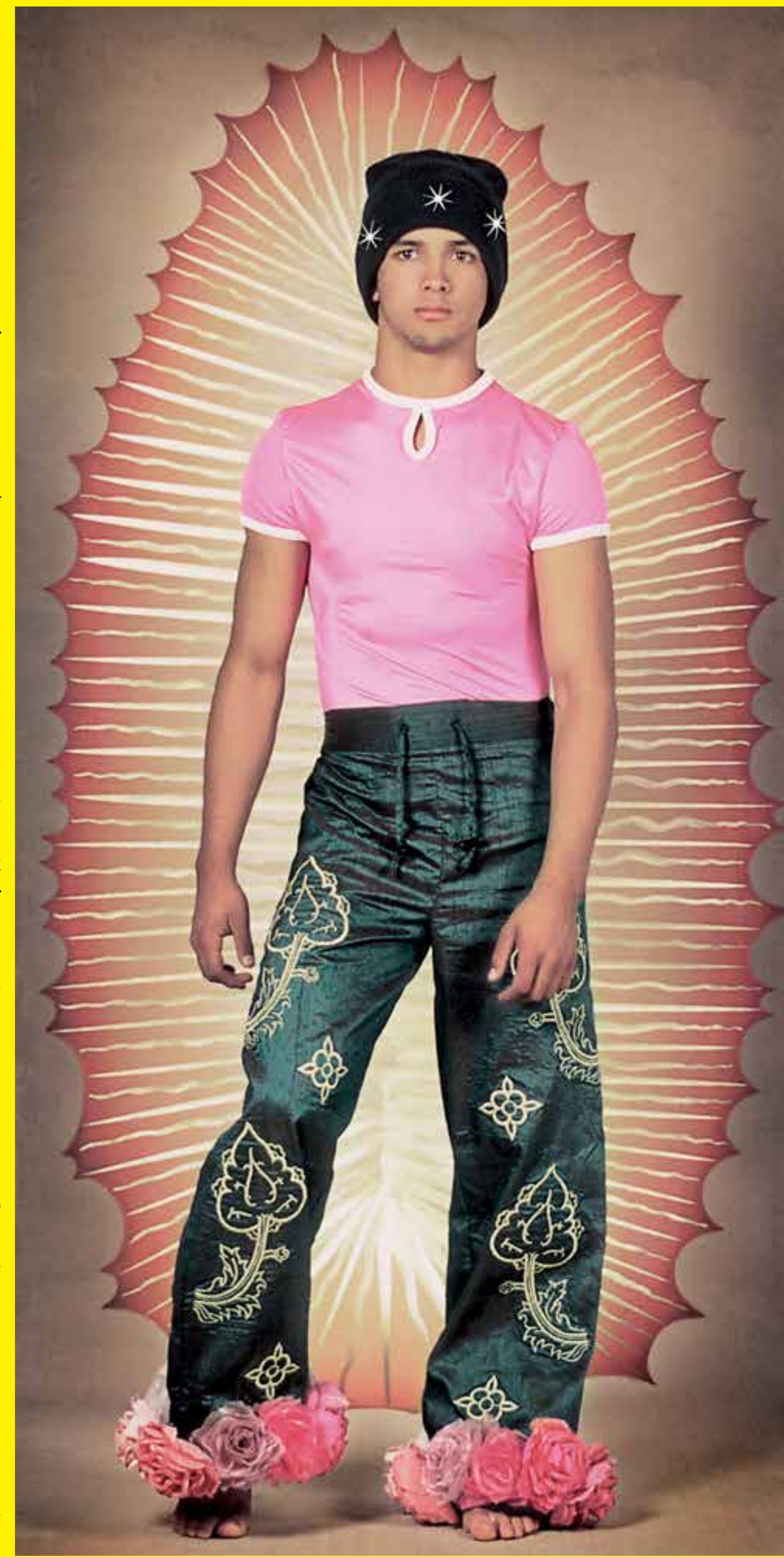
-Sincretismo cultural-: El indio Juan Diego vestido con una tilma tradicional, encuentra una imagen de inspiración divina que porta ropa occidental: la túnica recuerda una dalmática con apertura forrada de armiño.

La imagen de la Virgen porta una prenda que no es la ropa rígida que usaban las mujeres ricas en ese momento en la colonia. Una túnica. Suceso feliz, porque esa sencillez le dió la posibilidad de vestir atemporal para los siglos venideros.

La creación del símbolo se volvió sinónimo de México, acompañando las gestas heroicas, como estandarte y blasón en todas las luchas desde la independencia hasta la revolución.

Si bien el concepto de lo mexicano apenas se gesta en ese momento, el culto guadalupano se convierte en una de sus bases, y la imagen sacra provoca apropiaciones hasta el mundo de los chicanos, los cholos y los mexico-americanos del siglo XXI.

Sus rasgos mestizos, presagian la mezcla, que será la fuente de donde nacerá la nación mexicana.



valerio gámez / guadalupapi / 2000



federico gama / mazahuacholoskatopunk / guadalupunk / 2005

de español e indio: mestizo

Consumada la conquista en 1521 un puñado de españoles estaba al frente de una colonia gigantesca. Muchos sin dudarlo, se dieron a las nativas.

En España hubo mujeres que, igual sin dudarlo, vendieron todo lo que poseían y cómo última inversión se hicieron con guardarropas elegantes para hacerse a la mar y buscar marido en otras tierras.

Para el siglo XVII esas mezclas habían creado una multitud de posibilidades más que raciales, de posicionamiento social, en castas perfectamente establecidas de las que se esperaba fueran identificables a través de la ropa y que dentro de una sociedad super estratificada delimitaban las posibilidades de ascenso, de tener y alcanzar propiedades y de puestos dentro de la sociedad virreinal.

En 1959 dentro de una colección del Inah, Abelardo Carrillo y Gariel publicó un libro de título 'El vestido en la Nueva España', ahí nos comenta:

'Ninguna mestiza, mulata o negra ande vestida como india, no de española, so pena de ser presa y que le den cien azotes públicamente por las calles y pague pena de cuatro reales al alguacil que le prendiere y esto se entiende con las mestizas, con las mulatas y negras que fueron casadas con indios'.

Según los cálculos de Humboldt, de una población total de casi 5 millones de personas, la mitad eran indios. De castas mezcladas habia 1,231,000. Y del resto, 1 millón de blancos de los cuales sólo 70,000 habían nacido en Europa. Pero ese pequeño porcentaje era el que dominaba en lo que a cuanto costumbres de todo tipo se adoptaban.

Las indígenas siguieron usando el quexquemitl y el huipil. Sus hombres un calzón de manta blanca, la tilma de ixtle, y un peinado que les valió el sobrenombre de 'pelados': un cerquillo de fraile con dos mechones largos encima de las orejas. Ambos hacían y calzaban huaraches. Las ordenanzas permitían a españoles indios y mestizos dedicarse al oficio de tejedores, no así a los negros.

'Pachucos, cholos y chundos, chichinflas y Malafachas, acá los chompiras rifan y bailan el tibiri tabara' dice el Café Tacuba en el coro de su 'Chilanga Banda', pero esa variedad de personajes es lo que se vivía en la colonia: 'Ahí te estas = no te entiendo + india / Albino = español + morisca / Castizo = mestizo con blanca / Coyote = indio + mestiza / Chino = lobo + negra / Cholo = mestizo + india / Jarocho = negro + india / Lobo = indio + negra / Mestizo = blanco + india / Morisco = blanco + mulata / Mulato = blanco + negra / No te entiendo = tente en el aire con mulata / Sambaigo = cambujo + india / Tente en el aire = cambujo + india / Zambo = indio + negra ... citando hasta 60 posibles combinaciones.
Quién entiende la sociedad mexicana incluso hoy, la sabe clasista hasta la médula. En la colonia, desde los materiales hasta el tipo de prenda era un anuncio constante y ostensible de pertenencia.
Dos, tres y cuatro siglos después y la situación no es muy diferente.

En el siglo XIX, Antonio García Cubas en 1885, ya no habla de castas en 'Atlas Pintoresco e Histórico de los Estados Unidos Mexicanos' pero 'la raza blanca' domina sus ilustraciones hasta arriba. Alrededor tarascos, tzotziles, zoques, zapotecas. Ya no dice 'indios' sino 'mexicanos'. Como indica la gráfica (66), a finales del XIX el país contaba con 9 millones, de los cuales sólo 2 eran blancos y el resto indígenas y mestizos.

En 1994, la fotógrafa mexicana Lourdes Almeida hizo el proyecto de 'Retrato de Familia, la Nación Mexicana' (67). En imágenes de todas las regiones del país se captura a familias posando a su modo. Las familias blancas son las menos, vestidas a la usanza occidental. Alrededor desde menonitas, tarahumaras, gente del norte y del sur, urbanos y rurales muestran la variedad de la ropa que vestimos los mexicanos, no a partir del 'traje típico' sino con la ropa del diario que no es folklore sino cotidianeidad.



anónimo / siglo XVIII / museo nacional del virreinato / secretaría de cultura

ATLAS PINTORESCO

CARTA ETNOGRAFICA

PUBLICADO POR DEBRAY SUCESORES - MEXICO

antonio garcía cubas /atlas pintoresco e histórico de los estados unidos mexicanos / carta etnográfica / 1885 / colección trendo.mx











lourdes almeida / retrato de familia. la nación mexicana / 1994 / cortesía lourdes almeida

1. familia victoriano
   mexicaneros -nahuas-, jornaleros / san pedro jícora, durango / 1992
2. familia durán-martínez
   pames, campesinos / tancoyol, querétaro / 1992
3. familia valentín-vargas
   coras campesinos / jesús maría, nayarit / 1993
4. familia abraham-reyes
   otomíes, artesanos / pahuatlán, puebla / 1992
5. familia kayón
   lacandones, artesanos /palenque, chiapas / 1992
6. familia zago-stefanoni
   blancos, lácteos / chipilo, puebla / 1992
7. familia pérez-hernández
   tzotziles, floricultores / zinacantán, chiapas/ 1992
8. familia bernal lópez / blancos, profesionistas / mexicali, BC / 1994
9. familia molina
   yaquis, jornaleros / vicam, sonora / 1993



criollos & virreyes

En la colonia los nacidos en España eran de primera, y los nacidos de españoles en México eran de segunda. Los dueños de ese mundo, con todas las demás castas por debajo. En nuestra memoria cultural y cotidianeidad del siglo XXI la misma realidad sigue presente.

La identidad mexicana que hemos visto tanto en Lourdes Almeida (67) como en Andonella (68), siempre se ve contrastada con la identidad y la moda occidental. Para explorar nuestras identidades recurrimos a exotismos de estampados de bigotes de Frida, lejos de nuestra propia -falsa- camaradería de cantina que nos hace soñar que somos personajes del cine mexicano de oro. En contraste la televisión, las grandes tiendas departamentales y las imágenes editoriales de moda nos presentan la imagen de un país-México ideal poblado de gente 'bonita, bien, blanca y de buenas costumbres'.

Pero si el libro de Almeida presentaba alrededor de 150 formas diferentes de familias mexicanas, en el vestido, en la región y en las costumbres... entonces ¿por qué en la moda de autor el repertorio es tan limitado que siempre refiere a las etnias más obvias, a través de los básicos más aburridos, con un interés incomprensible por hacer vestidos de noche bordados más cursis que vestido de quinceañera?

Por que desde la colonia nos viene el dictado patriarcal que marca 'desde arriba' como se viste 'la gente decente'.

En el mundo de la colonia los virreyes, viniendo de allende el mar, imponían el patrón de la cultura europea.

Un panorama de gobernantes y notables en toda la historia de la colonia es lo que nos presenta García Cubas en el Atlas Pintoresco (70-71).

Hay sólo dos mujeres: la reina Isabel la Católica (a), y Doña Marina 'La Malinche'(b). Está última, la única mexicana en la gráfica.

En las primeras líneas conquistadores, cronistas y evangelizadores. Cristóbal Colón (c), Hernán Cortés (d), Bernal Díaz del Castillo (e). Nacidos al final del siglo XV les toca la ropa del renacimiento, la dalmática -especie de camisón-, con chaleco y mallas -el típico traje con el que pintan a Colón en las estampas de escuela. Y guerreros y sacerdotes representados con armaduras y ropajes religiosos.

A la izquierda, desde el primer Virrey Dn Antonio de Mendoza (f), destacan las gorgueras en el cuello que van creciendo en tamaño hasta convertirse en 'lechuguillas' cubriendo totalmente el cuello y enterrando la cara. Tal cual se ve en el Marqués de Guadalcázar (g), Virrey en el siglo XVI.

En la parte inferior de la columna tres virreyes: el Marqués de Mancera, Fray Payo de Rivera y el Marqués de la Laguna (h) coinciden siendo los mecenas que ayudaron a Sor Juana a establecerse como la décima musa. Ese tiempo coincide con Francia en el reinado de Louis XIV, lo que se ve en los peinados y corbatas de influencia francesa -perruques y cravates- que se vuelven aún más exagerados en la columna de la derecha, al tiempo de Louis XV y XVI, hasta llegar al Conde de Revillagigedo (i), en el tiempo de la revolución francesa, augurio de los cambios por venir.

Las pelucas blancas se detienen en Fernando VII (j) que se ve con aire al estilo directorio / Napoleónico; llegando al último reinante español Dn Juan O'Donoju (k), las patillas, el cuello alto y la casaca de corte militar adornada con hilo de oro y plata recuerda la ropa que hemos vistos en los libertadores desde Simón Bolívar hasta Morelos, cuando en 1821, aquí se consumó la independencia.

andonella / ¿identidad mexicana? / 2015





XI
REYNO
DE LA
NUEVA ESPAÑA
a Principios del Siglo XIX.

GOLFO DE MÉXICO



A. GARCIA CUBAS

PUBLICADO POR DEBRAY Sucesores — MEXICO

antonio garcía cubas /atlas pintoresco e histórico de los estados unidos mexicanos / gobernantes y notables de la nueva españa / 1885 / biblioteca trendo.mx

clío es la musa de la historia

inspira al historiador: le aconsejó a Lydia Lavín a hacerse un apartado en su labor como diseñadora y académica para que junto con Gisela Balassa, se dieran a la labor titánica de crear los 5 tomos del 'Museo del Traje Mexicano' en 2001. Abarcando desde el mundo prehispánico hasta el final del siglo XX, tiene un tenor 'historia del arte' pues presenta las prendas y el contexto artístico y cultural de cada época, en fascículos de 80 páginas, con cerca de 400 páginas de historia del traje en México.

Esos siglos del XVI, XVII y XVIII que coinciden con el virreinato de la Nueva España y la existencia del Barroco en el estilo y el pensamiento, son el crisol donde se estaba forjando la identidad mexicana como ahora la entendemos.

'Baroque' se decía en portugués a las perlas de forma totalmente irregular, y por extensión el nombre se le dió a la arquitectura, y hasta el lenguaje plasmado en la poesía lleno de retruécanos, adornos y florituras.
No sólo era una forma artística cargada per se. Era la manera de expresar el papel del hombre descubriendo un mundo nuevo, para adorar y servir a Dios.
Las capitales de los virreinatos se convirtieron en los centros de toda la actividad intelectual y la vida en ellas se impregnó de erudición, ceremonia y artificialidad.

Al tiempo que florecen las gorgueras en los cuellos, el siglo XVII ve la decadencia del sobrio traje español y se transforma con el lujo de los trajes de la corte francesa. Las damas que llegaron a la Nueva España venían ataviadas con la ropa de los 1500: el 'farthingale', falda de gran volumen merced a estructuras de mimbre que le daban realce a los costados, con el torso muy ajustado, pero aún sin inventarse la estructura del corset decimonónico (73). En el caso de los hombres el jubón medieval -especie de saco estructurado, especial para la monta y la batalla- deja de lado para convertirse en las levitas con puños de gran calado y largo hasta la rodilla, que en las clases altas se usa cuajada de bordados en hilos de materiales preciosos (74). En las Américas ante la abundancia de la plata, es muy común ver aplicaciones argentinas en las telas de ambos sexos.

El Virrey Dn Antonio de Mendoza había autorizado al hijo de Hernán Cortés a establecer el cultivo de 100,000 moreras con el fin de comenzar la cría del gusano de seda. Aún así se mantenía contacto con Asia, a través de Manila, y las visitas de la 'Nao de China'.

Con estos materiales se hacían en el telar brocados de gran calidad. Encajes, terciopelos, pieles y gamuzas, que comienzan a mercarse en el Parián de la Plaza Mayor de la gran Ciudad de México.



lydia lavín & gisela balassa / museo del traje mexicano / volúmen III / 2001 / colección trendo.mx / cortesía lydia lavín

pompeo batoni / retrato de dn. manuel de roda y arrieta / 1765 * andonella / el conde de sandwich / 2015

billete de sor juana / $ 1000 pesos / banco de méxico / 1985



andonella / a partir del retrato caligráfico del excelentísimo señor conde de gálvez / 2015

Es difícil de imaginar que entre nosotros en el futuro y el mundo prehispánico, existió en el mismo territorio pero a un tiempo diferente la colonia como un universo en sí mismo. Octavio Paz en 'Las trampas de la fé' -recuento de la época y biografía de Sor Juana- nos dice:

> ***´La corte virreinal ejerció una doble misión civilizadora: transmitió a la sociedad novohispana los modelos de la cultura aristocrática europea y propuso a la imitación colectiva un tipo de sociabilidad distinto a los que ofrecían las otras dos grandes instituciones novohispanas, la Iglesia y la Universidad. Frente a éstas la corte representaba un modo de vida más estético y vital.'***

Por ahí de 1680, el 28º Virrey, Marqués de la Laguna 'regía el reino a la cabeza de una corte que, quizá con toda conciencia, imitaba el libertinaje, el fasto y la inmoralidad del contemporáneo Versalles de Luis XIV'.

En la narrativa del cine y la literatura personajes de todo tipo desde Vatel el gastrónomo perfecto, Jean-Baptiste Lully el gran músico barroco y Moliére el genio, aparecen creando experiencias estéticas para la corte francesa. En la Nueva España se buscaban las mismas sensaciones: Sor Juana (75) proveía los deleites de la palabra al tiempo que aconsejaba en la creación de arcos triunfales, juegos florales y acompañamientos para sus majestades los virreyes.

Había un comercio constante tanto de bienes como de información con la Metrópoli por lo que las modas de influencia francesa hacían sentir su influjo en la moda de la Ciudad de México apenas en meses y de ahí se derramaban por los territorios del virreinato.

Para el siglo XVII los caballeros novohispanos usaban:

El Jubón - que era originalmente una prenda para montar. Un saco ajustado ya con mangas sueltas o con 'mangas para armar' -abiertas para cerrarse con cintas.
El Coleto o Cuera - que era el mismo jubón pero con un faldón cosido que no pasaba de la cadera. Debajo del cual se podían ver las...
Calzas - el equivalente al culotte, que cubría la parte superior de los muslos y que se complementaban con medias de seda o de lana.
El Ropón o Sayo que era una capa suelta que se usaba por sobre los demás vestidos.
La gorguera aparece en el XVI y alcanza su apogeo en el XVII. Cada vez más grande es proscrita en 1623 y se convierte en la golilla que es como un cuello levantado en la parte posterior de la nuca.

Lino, seda, damasco, gamuza eran materiales de ocasión, que para las ceremonias formales tornaban en raso con forros de tafetán siempre de diferente color pues muchas veces jubones, coletos y bragas se acuchillaban para dejar ver la tela del forro. Este acuchillado, también llamado estilo Valón, surgió después de una batalla en el que la ropa hecha jirones pasó a ser símbolo de estilo, y se reprodujo desde los hombros y los torsos hasta los zapatos.





Grupo que aparece en el cuadro que representa la traslación del Nazareno a la Iglesia de Jesús de la Ciudad de México el 3 de marzo de 1663, que traen indumento de la centuria inmediata.

Grupo que corresponde a dos de los personajes que figuran en el cuadro anterior, que visten indumentaria apropiada al año de 1663.

En cambio en el Siglo XVII, con el advenimiento de un elemento étnico que ya sentía amor por la tierra cuna, en la que vino a formar la clase media conocida con el nombre de "criolla", los conceptoa sociales comenzaron a cambiar un tanto con relación a los anteriores y, por consiguiente, el vestuario, sin dejar de ser esencialmente español, tomó ya modalidades propias, nuevos lineamientos, que sirvieron como de cuña entre el barroquismo tan acentuado a principios del Siglo XVII —herencia del pasado— y el churriguerismo, que a fines del seicientos, caracterizó la moda inconfundible de su tiempo.

Al comenzar la décima—séptima centuria, el traje típico del hombre lo constituía el juboncillo ajustado o ropilla abotonada por delante, con mangas cerradas en el puño; por encima de la ropilla salía el cuello, algunas veces hacia arriba y otras hacia abajo. El justillo se ceñía con un cinturón que llevaba a la derecha la escarcela. El pantalón corto, de seda o terciopelo obscuro con acuchillados blancos. Las medias de seda que habían vuelto a la moda en sustitución de las de lana. El ferrezuelo con cuello vuelto y en el contorno ocho cintas blancas paralelas. La capa larga de paño,—reminiscencia del



Don Diego Vargas Calderón, Fiscal de la Real Audiencia de Guadalajara en la Nueva Galicia y su Alcalde Ordinario, luciendo el cuello en que transformó la golilla. Segunda mitad del Siglo XVII. El original en el Museo Nacional de Historia.

Las mangas, abajo del codo se vuelven para formar amplios puños que dejaban caer filas de encajes, posteriormente desaparece el puño, acortándose la manga pero conservando su remate de encaje. A fines de siglo los bordes de los escotes y mangas y el centro del corpiño se enriquecía con pasamanería y adornos en forma de ataduras. Se generalizó en esta época el llevar colgados de la cintura al frente un par de relojes, influencia del traje varonil.

Las faldas se van acortando hasta dejar ver el calzado, su vuelo es mayor y poco a poco se amplían de las caderas hasta pasar del cono a la figura de cúpula con la que se llega hasta fines del XVIII. En 1787 aparece el casaquín o sea la casaca masculina adaptada a trajes femeninos informales; el corpiño llevaba a manera de faldoncillos en la parte posterior y la falda menos ahuecada caía en pliegues rectos (Fig. 11). Esta casaquilla alcanza posteriormente su aparición en el traje de ceremonia de corpiño sin varillas, ajustado al talle por un cinturón.

El peinado a principios del siglo afectaba la figura cónica con la ayuda de cintas y es hasta la mitad del XVIII cuando reduce su altura recogiéndose el pelo tras la cabeza en una trenza enrollada; al principiar el último tercio del setecientos se junta el cabello en la nuca, luciendo al frente peinetas de diversas formas. Dos décadas antes de terminar



10



9

el siglo principia a levantar el peinado sobre la frente formando un arco que aumenta de volumen hasta ocultar las orejas bajo cabellos abultados por postizos. Al iniciarse este peinado luce algún adorno pequeño, complicándose después hasta lucir ramilletes de flores o alguna mariposa artificial.

En cuanto a la joyería predomina el uso de la perla; se lucía en gargantillas, aretes y pulseras. Era característico que las damas se adornaran con lunares de carey o de seda adheridos con pegamento sobre los carrillos y las sienes.

Al levantar la falda y asomar el calzado, éste se adorna con bordados o hebillas de oro y plata. Los zapatos para trajes de lujo se fabricaban en telas ricas pero nunca en piel. Como vestido informal figura entre las damas de alcurnia además del casaquín, un corpiño suelto de mangas cortas, de tela diversa a la falda moderadamente ampona y la mantilla que cubría la cabeza y los hombros.

El rebozo fue usado por todas las clases sociales pero sobre todo por la popular; se fabricaba en varios lugares del país, los comunes se hacían con tela llamada paño de rebozo; pero también los había finísimos.

La mujer indígena vestía el amplio huipil ya evolucionado, con cuello circular y mangas hasta el codo, la falda afecta la forma de un cilindro y sobre la cabeza llevaban un lienzo plegado (Fig. 12). La mujer de ascendencia indígena incorporada a la vida ciudadana muestra un traje muy semejante al descrito; la camisa adornada por cintas de color, en el centro del pecho, cuello y en la termina-



11

ción de las mangas; también se engalana con pendientes y collares de perlas.

Las prendas características de la moda varonil del siglo XVIII, son:

La casaca, vestidura que cubría desde los hombros hasta las rodillas, se usaba encima de la chupa; y esta última que cubría el tronco del cuerpo y que al reducirse se convierte en el chaleco. Ambas vestiduras generalmente se bordaban con hilos de oro y plata o con sedas de colores sobre telas finas. Los botones, en ocasiones de oro, se usaron para adornar puños y bolsillos, y en larga serie en las casacas. El negro —tan en boga en el XVI y XVII— empieza a ser suplido por los colores de la moda francesa.

Durante algo más del primer cuarto del XVII se usa la casaca de bordes rectos cerrada en la cintura y ligeramente abierta en la parte inferior donde apenas asoma la chupa. Los puños vueltos sobre las mangas van creciendo; en 1724 llegan sólo al codo y hacia 1730 cubren parte del brazo. La corbata quedaba totalmente visible (Fig. 13).

Posteriormente, por influencia de la moda francesa, la casaca se endurece mediante papel o cerda que la hace ampona a partir de las caderas, dejando una abierta al frente en forma de V invertida que permitía lucir una chupa riquísima realizada en telas llamativas. Los puños que tienden a empequeñecerse suelen estar elaborados con la misma clase de tela utilizada para la chupa, bajo la cual queda oculta la corbata. (Fig. 14).

Continuando su evolución en sentido decreciente, la chupa fue reduciéndose progresivamente hasta convertirse en un chaleco que hacia 1780 presenta una curva franca en sus



12

...en sus puntas, y que se elaboraba con el mismo paño de la casaca; la altura de los puños se amplía contrastando con las angostas mangas.

Desde Europa la caída de los reyes Borbones, marca un cambio de narrativa en el mundo: el paso del Barroco del siglo XVIII al triunfo del Neoclásico en el siglo XIX. En nuestra imagen mental, es por un lado la escena con María Antonieta, causando ecos en la la Nueva España pero sin llegar en pleno a los extremos ornamentales de la corte francesa ni en peinados ni en volúmenes. Y posteriormente las imágenes de las novelas de Jane Austin -Sense & sensibility-, ya en los mil ochocientos.

Además, Rose Bertin reinaba en París como la primera modista de la historia, y en estos lares se apropiaban los estilos pero sin que hubiera creadora de moda tan legendaria ni tampoco un concepto de moda tan sofisticado como en Francia. Aquí, más que un modo de vida, la moda era un adjetivo de clase.

En 1966 en su primera época la revista Artes de México lanzó un tomo dedicado al vestido Indumentaria Mexicana. Que si bien contiene imágenes como las de la página 80-81, es más un recuento antropológico con énfasis en la fotografía etnográfica. Ahonda en lo prehispánico y se detiene en seco al final del siglo XVIII.

El propio cuerpo del texto advierte que si se quiere profundizar hay que recurrir al tomo del Prof. Abelardo Carrillo y Gariel 'El traje en la Nueva España' (58)editado por el Inah en 1959. Este autor que provenía del mundo de las artes, paradójicamente siendo rico en los datos históricos y culturales es 'parco' en las imágenes y bordea el asunto de la vestimenta sin que sea realmente el eje.

Por su parte, unos años antes en 1946, el jalisciense José R Benítez había publicado 'El traje y el adorno en México' (78-79) que habla única y exclusivamente de la ropa, referenciándola siempre a pinturas, grabados y hasta fotografías de las épocas en cuestión. Es una investigación iconográfica notable, de fuentes directas en archivos y museos. Según élz la moda había caído en una notable decadencia para el final del siglo XIX y así, abarcando desde el 1500, su libro se detiene justo en 1910.



miguel cabrera / doña maría de la luz padilla y gómez de cervantes / 1760.


TERCERA EPOCA
LA INDEPENDENCIA



gerardo montiel klint / cahiers d'inspirations / 2002 / cortesía gerardo montiel

Independencia de México ×

https://es.wikipedia.org/wiki/Independencia_de_M%C3%A9xico

No has iniciado sesión Discusión Contribuciones Crear una cuenta Acceder

Artículo Discusión Leer Editar Ver historial Buscar en Wikipedia

WIKIPEDIA
La enciclopedia libre

Portada
Portal de la comunidad
Actualidad
Cambios recientes
Páginas nuevas
Página aleatoria
Ayuda
Donaciones
Notificar un error

Imprimir/exportar
Crear un libro
Descargar como PDF
Versión para imprimir

En otros proyectos

Herramientas
Lo que enlaza aquí
Cambios en enlazadas
Subir archivo
Páginas especiales
Enlace permanente
Información de la página
Elemento de wikidata
Citar esta página

Otros proyectos
Commons

En otros idiomas
Arab
Astarianu
English
Magyar
Bahasa Indonesia
Bahasa Melayu
Nahuatl
Русский
Chinese
26 más
Editar enlaces

Independencia de México

La Independencia de México fue la consecuencia de un proceso político y social resuelto por la vía de las armas, que puso fin al dominio español en los territorios de la Nueva España. La guerra por la Independencia mexicana tuvo su antecedente en la invasión de Francia a España en 1808 y se extendió desde el Grito de Dolores, el 16 de septiembre de 1810, hasta la entrada del Ejército Trigarante a la Ciudad de México, el 27 de septiembre de 1821.

En Europa al tiempo que se dió la caída de los Borbones, se abandonaron las costumbres y modas que caracterizaban al antiguo régimen: de súbito, las pelucas y los grandes vestidos de las damas, las casacas bordadas y los pantaloncillos cortos de los hombres fueron vistos como amenazas y sus portadores se convirtieron en víctimas del terror.

El triunfo de la República, recordaba los inicios de la idea de democracia en el mundo grecorromano y requerían de nuevas prendas que dieran fe de la ruptura acontecida. En la arquitectura se toman elementos de los templos griegos, que trendrán eco en el vestido. Moda diametralmente opuesta a los estilos anteriores, el vestido Imperio con el talle al busto continuaba en una falda y recta de forma tubular hasta los pies; realizado en telas de gran vuelo y transparencia hace innecesario el uso del corsé ya que no se marcaba la cintura de forma tan ajustada como antes. En 1813, la Constitución de Apatzingán propuesta por Morelos, abolió las clasificaciones raciales lo que trajo como consecuencia la libertad en el uso de la ropa.
Escotes pronunciados y telas vaporosas, era un tipo de vestido que exigió nuevos accesorios: en aquel tiempo Napoleón incursionó en el cercano oriente y de ahí importó una nueva prenda 'el Shawl', que cubierto de brocados era conocido aquí como 'chal'. La portadora envuelta en este pedazo de tela se aventuraba a la calle, a veces también ataviada con un saco corto conocido como Spencer y en otras ocasiones con el Ridingote -reminiscente de un saco para montar (riding coat) transformado en una salida femenina, preferentemente de color rojo. Por la ligereza de las prendas no había donde guardar ni abanicos ni abalarios por lo que se puso en voga una redecilla -reticule- que pronto fue mejor conocida como 'ridículo' y que es el antecedente de las bolsas de mano actuales.

En el caso de los caballeros esa influencia clásica no es tan evidente a primera vista, pero los pantalones entalladísimos de color carne pretendían dar a la distancia el efecto de una estatua griega al desnudo. El saco, casaca, las camisas con corbata, el pelo alborotado son los elementos que asociamos al Romanticismo que será la nota predominante en la estética del siglo XIX.

En el libro 'Historias del Bello Sexo: la introducción del romanticismo en México', su autora Montserrat Galí Boadella cuenta que la corona española asustada ante la Revolución Francesa y sus consecuencias, prohibió la importación de libros que pudieran provocar el espíritu revolucionario en este lado del mar. Pero pensando que aquellas publicaciones destinadas a las mujeres poco daño podían hacer, permitió la importación de revistas femeninas en las que sin darse cuenta, las ideas independentistas llegaron a oídos de mujeres como Leona Vicario y la Corregidora Doña Josefa Ortiz de Domínguez.

Guerra de independencia de México

Parte de las Guerras de independencia hispanoamericanas

En el sentido de las agujas del reloj: Miguel Hidalgo, José María Morelos, Abrazo de Acatempan entre Iturbide y Guerrero, entrada del Ejército Trigarante a Ciudad de Mexico, pintura muralista de la independencia de O'Gorman.

Fecha	16 de septiembre de 1810 - 27 de septiembre de 1821
Fecha	Virreinato de Nueva España Independencia de México por la firma del Acta de Independencia del Imperio Mexicano

Beligerantes

Insurgentes Ejército trigarante (Desde 1821)	Reino de España Nueva España Ejército Realista en América

Comandantes

Miguel Hidalgo (1810-1811)	Fernando VII
Ignacio Allende (1810-1811)	Francisco Xavier Vanegas (1810- 1813)
Ignacio López Rayón (1810-1813)	Félix Calleja (1813- 1816)
José Ma Morelos (1810-1815)	Juan Ruiz de Apodaca (1816- 1821)
Gdlpe Victoria (1815-1821)	Insurgentes
Vicente Guerrero (1815- 1821)	

billete de a $20 pesos / doña josefa ortiz de domínguez / banco de méxico / 1970

gerardo montiel klint / cahiers d'inspirations / 2002 / cortesía gerardo montiel

Rº del Exmo Sor Dn Jose Maria Morelos Capitan General de los Exercitos de America

José María Morelos

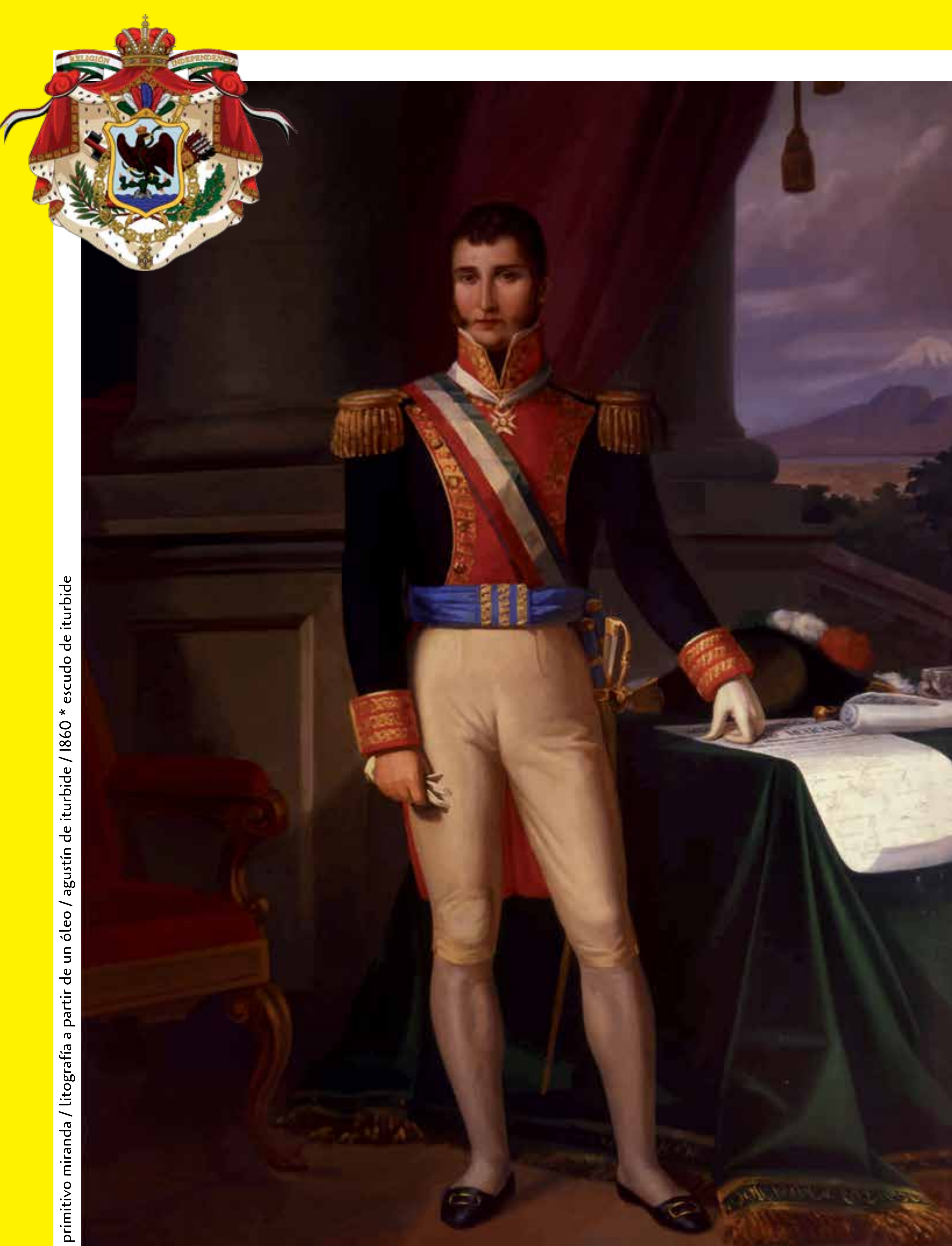
Tipo-litª de Espasa y Cª

MORELOS, HÉROE DE LA INDEPENDENCIA

vicente riva palacio / méxico a través de los siglos /litografías de los padres de la patria / 1885 / colección trendo.mx * en el inserto dibujo de Miguel Covarrubias

EL CURA HIDALGO, LIBERTADOR DE MÉXICO

Copia del célebre cuadro del pintor mexicano D. Joaquín Ramírez, que se conserva en el salón de Embajadores del Palacio Nacional de México



primitivo miranda / litografía a partir de un óleo / agustín de iturbide / 1860 * escudo de iturbide

héroes y emperadores

Mujer de gran belleza y presencia cortesana María Ignacia Rodríguez de Velasco aka 'la güera Rodríguez' era legendaria por sus habilidades para la conversación y al parecer, las artes amatorias pues tuvo múltiples maridos y se le atribuyen 'varios' amantes.

Desde el libertador Simón Bolívar -cuando ella contaba 16 años y el estaba de paso por México-, el sabio Alexander von Humboldt y hasta el emperador Agustín de Iturbide.

Su presencia marca la transición, de una mujer que le toca vivir la corte y posteriormente el cambio que se da a partir de la independencia.

Como el cambio social se estaba dando en paralelo de los dos lados del Atlántico la figura Napoleónica tiene una fuerte influencia en las Américas, se importan las modas, los estilos y las ideologías.

En la lucha independentista, los héroes, Morelos y el cura Hidalgo se visten como parte del clero, pero también en el estilo de una sobriedad, moderna para ese momento, con levita negra que se parece mucho al traje masculino contemporáneo.

En las primeras dos décadas del siglo XIX, México pasa de flamante territorio independiente a fugaz imperio e incipiente república.

Leona Vicario, heroína independentista era un personaje opuesto al de la 'Güera', pionera periodista, financió con su fortuna la insurgencia. Tanto a Leona como a la Corregidora se les pinta con el vestido Imperio de talle alto. No sólo son protagonistas del estilo sino también de las mentalidades y circunstancias.

El romanticismo en México, tiene como ideal una mujer frágil, y aún cuando no hace mucho por 'liberar' a la mujer como lo entendemos ahora, es el escenario donde aparecen las revistas femeninas que además de moda ponían ejemplo de cómo comportarse. Paradójicamente en un mundo orientado hacia la búsqueda de los valores Republicanos -igualdad, fraternidad solidaridad-, el emperador Iturbide se corona en una ceremonia calcada de la de Napoleón, con las salvedades tropicales, y en la que en vez de Josefina, la Emperatriz Ana María es una consorte regordeta (99).

Jose Joaquín Fernández de Lizardi escribe en ese tiempo, personajes que encarnaban el espíritu romántico; un tratado de educación femenina en 'La Quijotita y su prima' de 1818; un pícaro de origen popular -ni tan dandy ni tan diletante-, pero que ya dejaba ver el protipo del joven ocioso (lagartijo) en el 'Periquillo Sarniento' (97); hasta llegar a Don Catrín de la Fachenda que tal cual identifica al 'arreglado' en su aparencia con la esencia del dandismo.

De Francia llegaban las mayores influencias, al triunfo de la revolución francesa la figura de los vencedores -primeros rebeldes de la historia-, fue conocida como 'les Incroyables & les Marvilleuses' (los Increíbles y las Maravillosas). Caballeros con los pantaloncillos entallados, un peinado de pequeños rizos que recordaba a una escultura romana conocido como 'Titus'. Damas con las ropas vaporosas grecorromanas. Al momento de llegar estos estilos a México, con un retraso de casi una década, no son el uniforme de la rebeldía sino la declaración de ruptura con el mundo del pasado.

Luis González Obregón en 'La vida en México en 1810' (94-96) habla de las Currutacas y de los Petimetres (en un francés mal pronunciado a la mexicana: Señoritos = petit maitres), personajes para los que la moda era simplemente y llanamente la justificación de toda su existencia.

Para Bernardo Olivares Iriarte, profesor de la Academia de Bellas Artes de Puebla estaba muy claro que las indecencias en la moda habían llegado de la mano de las ideas revolucionarias francesas. Todo parece indicar que el Túnico francés se llevó en México entre 1800 y 1824, quizá hasta 1829.

CAPÍTULO TERCERO

CURRUTACAS Y PETIMETRES

Pero los tipos característicos, *típicos* del año de 1810, y de sus inmediatos que le precedieron y sucedieron, fueron las madamas que vestían *á la dernier*, conocidas por los nombres de ((petimetras, currutacas y pirraquitas)), y los señoritos sus congéneres, llamados también ((manojitos, currutacos y petimetres)).

¡Válgame Dios! ¡Qué sátiras en verso, qué morales discursos en prosa, qué sermones tan edificantes y qué edictos tan empedrados de citas y textos de santos y autores profanos, se publicaron en *diarios y gacetas* y en diversos impresos, sobre los trajes y costumbres de aquellas señoronas y de aquellos señoritos!

Las currutacas, ellas mismas confesaron públicamente sus pecados, diciendo ingenuamente que no habían nacido ni para esposas ni para madres de familia; que su principal mérito sería granjearse el aprecio público, con la brillantez de su exterior en modas, *dijes* y demás chucherías que llevaban, pues su genio y carácter desventurado no les permitía ni coger el punto de una media. Sus ocupaciones favoritas eran las últimas modas, los afeites y aumentar con nuevas gracias el gran caudal de su peculio. Poco les importaba que hubiese censores de sus trapos y *habitudes*. Preocupábanse sólo en inquirir el valor y mérito de un suspiro, calcular el precio inestimable de una sonrisa, analizar minuciosamente los túnicos *de medio paso*, las cintas para el zorongo, las formas del zapato. las filigranas y bordados del velito, las ((motrices vueltas del abanico)) y todos aquellos pormenores y minucias que las hacían recomendables á los ojos de pirrocos y petimetres. No les dolía que las llamasen ((locas)), pues ((locas)) habían sido sus madres que las enseñaron ((á hacer la cortesía á girar sobre los talones, á sonreir al soslayo, á torcer el *ociquito*, á contonear el cuerpo y darse toda la prosopopeya)) que las hacía tan apreciables y tan gratas en la sociedad de currutacos y manojitos[1]!

Si bien es cierto que muchas petimetras vestían honestamente basquiñas de tafetán y blonda al canto; mantillas de sarga, con guarnición del mismo terciopelo; basquiñas de largo fleco guar-

1. Carta de una señorita. *Semanario económico de México* del Jueves 21 de Enero de 1810, pags 12 y siguientes.

necidas de terciopelo y blondas, y mantillas de antolas, o blancas y airosas de anchos flecos, las había también que usaban basquiñas de red y mantillas transparentes... Aquí estaba lo pecaminoso[1].

Más aumentaba lo pecaminoso con lo censurado por moralistas, en prosa y verso, en periódicos y pastorales : y era la obscena costumbre de llevar basquiñas muy escotadas por la espalda, con los senos y los brazos desnudos. Tal costumbre la condenó el Prelado, porque ((era incendio de concuspiscencia,)) que abrasaría ((las almas)); vestido, ((en que la calidad del corte y de la tela estaba poniendo delante de los ojos, aunque fuese encubierto, lo que no permite nombrar el pudor[2].))

Deben de haber sido demasiado crudas aquellas desnudeces, porque no sólo arzobispos escrupulosos como el Sr. Lizana, también escritores que nada tenían de mojigatos ni de hipócritas, clamaban en todos los tonos en contra de aquellas modas de su tiempo, y describen las incoveniencias de los trajes.

En unos versos que intituló el autor *La virtud abandonada por el lujo libertino*, hablando de las currutacas, decía:

> Sus trajes escandalosos,
> desnudos pechos y brazox,
> de la obscenidad son lazos,
> que ponen á los virtuosos....
> En los días más festivos
> se presentan indecentes,
> incautas é irreverentes,
> con ademanes lascivos...

1. *Colección general de Trages que en la actualidad se usan en España, láminas 1, 2, 8.*
2. *Instrucción Pastoral del Hmo. Sr. D. Francisco Xavier Lizana y Baumont.*

> Con los túnicos estrechos,
> y zapatos de colores,
> solicitan compradores
> de sus deshonestos pechos...

Y en otros versos que llevan el título *Los Consejos de una madre á su hija*



LA CURRUTACA
(Dibujo de J. Enciso).

doncellita, dice aquélla á ésta, hablándole del vestido:

> Este un traje sea,
> que la manda hace amable hasta una fea :
> el túnico traerás, bien embarrado,
> de tafetán de coco muy delgado

roban y cañonean los Templos Sagrados de nuestra España : que con una irrisión sacrílega de los misterios y de los ministerios más santos de nuestra Religión Católica, se ponen públicamente las Albas y las Casullas Sacerdotales sobre el vestido militar y petulante que les caracteriza: esos mismos (casi que no nos atrevemos á decirlo), esos mismos (se estremecen las carnes, desfallece el espíritu, y se conturba toda el alma al pronunciarlo), esos mismo, que en los copones que han robado á las Iglesias... ¡ó gran Dios, Dios de las venganzas! levantaos y juzgad vuestra causa contra esos profanadores incrédulos, que llevan las formas consagradas en el equipage, como el mueble más despreciable de su tren orgullos! esos mismos que han echado á las Esposas de Jesucristo de sus Conventos : que han forzado a pecar á las casadas : que han hecho gala de llevar públicamente en las Bayonetas los pechos de las mugeres : esos mismos, ó los compañeros que han dejado en Francia, quizá peores que ellos : esos, sus mugeres y sus hijas, sus parientas y concubinas : esos son los autores, los inventores originales, que para destruir nuestra fe y apoderarse de nosotros de quanto tenemos, han introducido y propagado en México el estilo, la costumbre perversa, la moda abominable y venenosa que lleven las Señoras el pecho y brazos descubiertos, y un vestido los hombres que exite y provoque con su vista a las mugeres : esos son los que creciendo siempre en sobervia y en invenciones malignas á semejanza de los espíritus infernales, están introduciendo con astucia diabólica las medias de color de carne y enrejado ó calado diabólico[1]...))

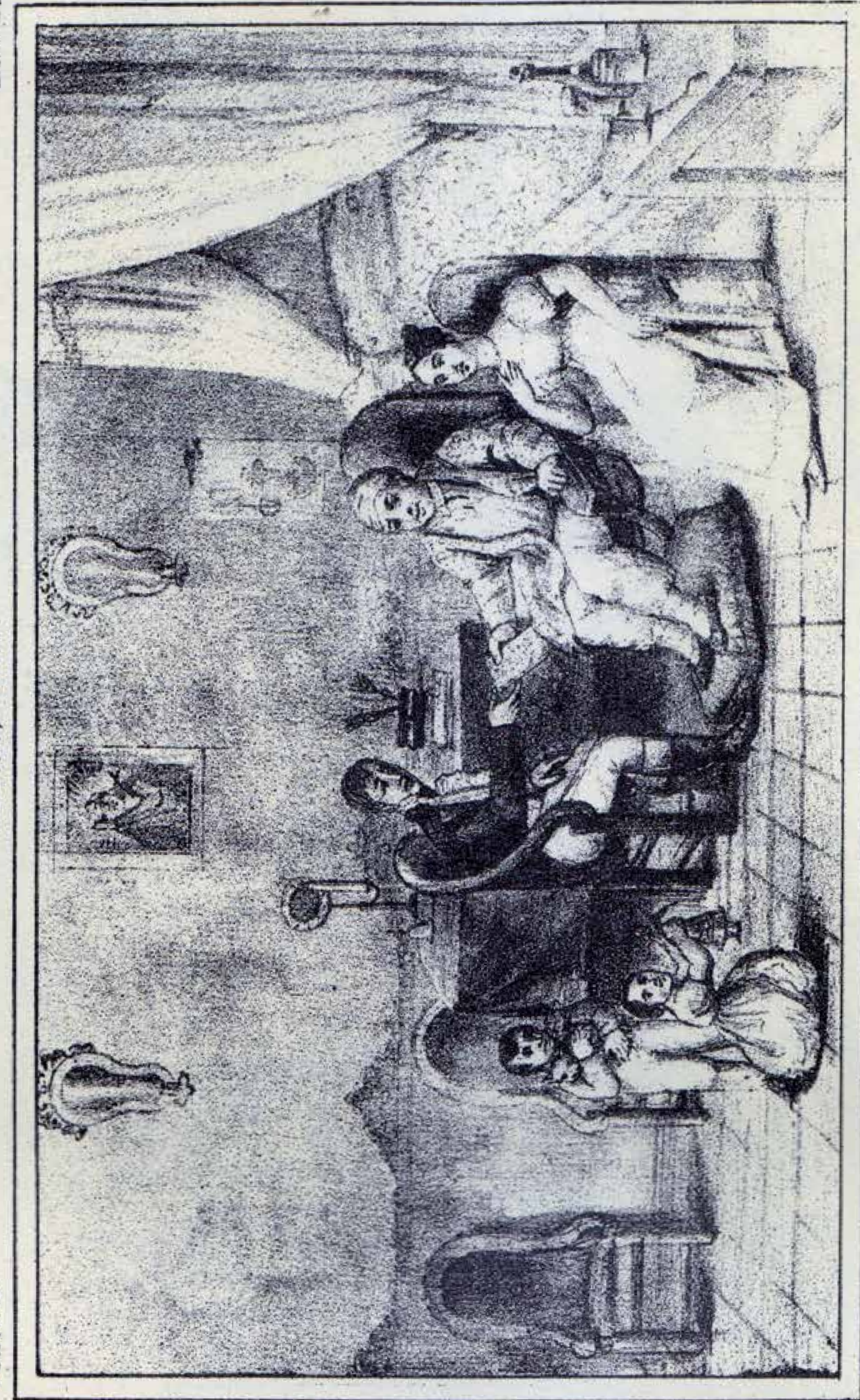
Pero ni las citas del Santo Rey Profeta, del paciente Job, de San Gregorio Magno, de San Antonino de Florencia, de Santo Tomás de Aquino, de Tertuliano, de San Clemente Alexandrino, de San Agustín, de San Francisco de Sales, de San Jerónimo, de San Pablo, de San Juan Crisóstomo, de San Carlos Borromeo, y de otros textos de la Biblia, de los Santos Padres, Pontífices, Arzobispos y Obispos, Sínodos y Concilios, que con tanta erudición ennumera la Pastoral del Arzobispo de México, convencieron á las currutacas, petimetras y pirroquitas, ni arrinconaron sus trajes deshonestos, no obstante las excomuniones que en infinidad de casos fulminaron muchos de los varones venerables y santos mencionados. Porque todo ello les entraba por un oído y les salía por otro, y haciendo dengues y cambiando de conversación, decíanse unas a las otras :



EL PETIMETRE
(Dibujo de J. Enciso).

> Dices muy bien, que refutar la Moda
> siempre ha sido majar en hierro frío;
> hablemos de otra cosa, pues el Mundo
> fué siempre, es ahora y ha de ser el mismo[2] ..

1. *Instrucción Pastoral citada, pags 36 a 38*
2. *Fernández de Lizardi, Diálogos críticos sobre diferentes asuntos. Pág 8.*



josé joaquín fernández de lizardi / el periquillo sarniento * manuel toussaint / la litografía en méxico / biblioteca nacional / méxico 1934 / colección trendo.mx

Olivares en su 'Álbum Artístico' de 1876 hace una taxonomía del traje mexicano con el título 'Trages conforme los encontramos en los primeros días de nuestra niñez por el año de 1823'. Al centro el traje a la europea que en la lámina se conoce como 'trage de tertulia', pero además vemos la evolución del vestido en el que el corte 'de cintura' bajó del busto al talle, evolución que continuará con el crecimiento del volumen de la falda hasta la forma gigantesca que tomará a mediados del siglo XIX. Y que ya están presentes tanto el rebozo, como la mantilla y un traje de china conviviendo con la ropa tradicional de las clases populares. (100)

El italiano Claudio Linati llegó a México a fundar la primera imprenta litográfica . En 1828 publicó el libro 'Trajes civiles, religiosos y militares de México' que no sólo retrata en el dibujo sino que describe las costumbres de la época y da consejos de cómo deberían de comportarse las jóvenes románticas. Retrata el pasado pero también las clases sociales de ese momento.

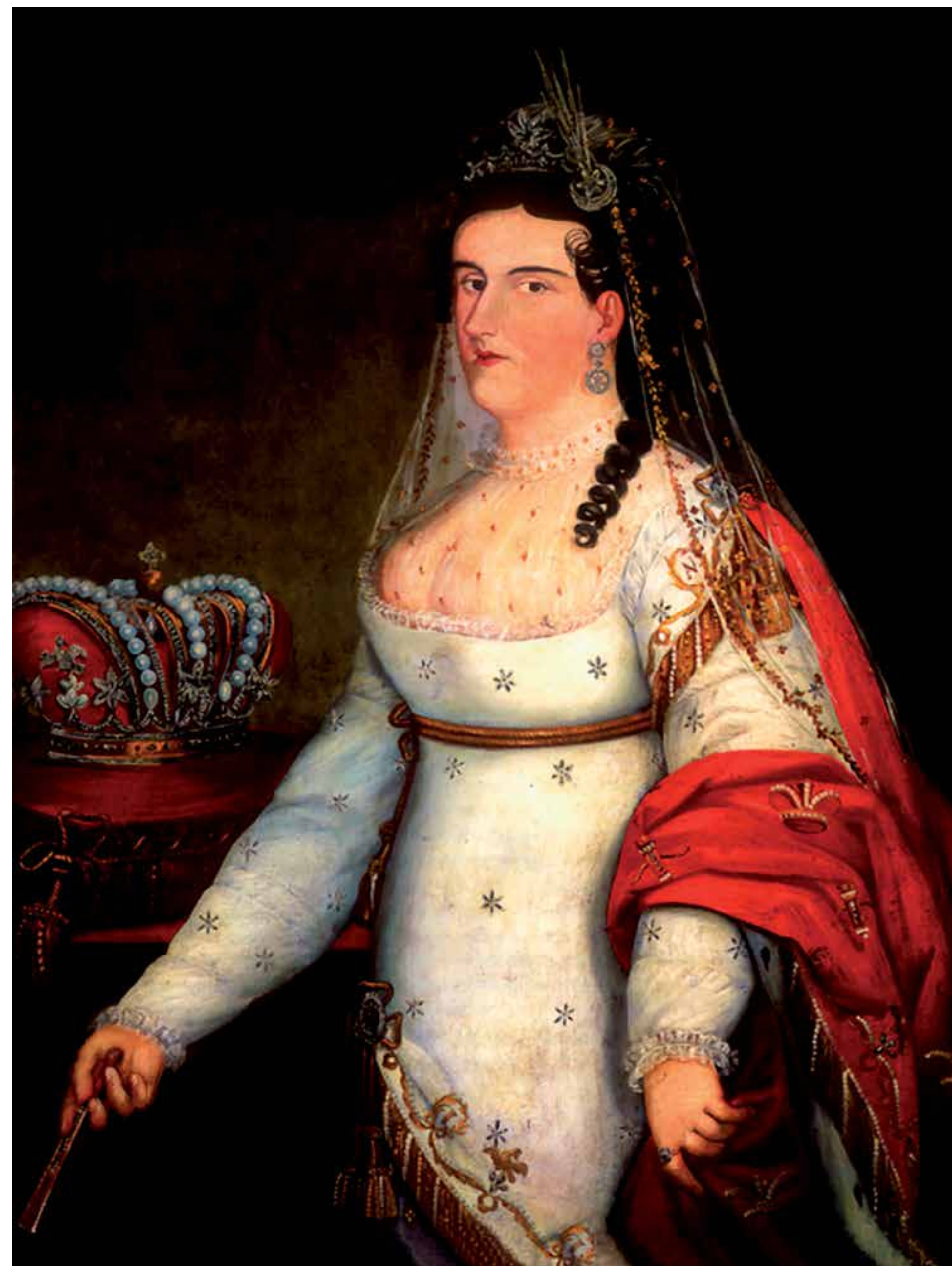
En los roles de esa sociedad se observa que el hombre del campo, en el traje de faena, aún no porta los característicos sombreros gigantescos mexicanos; y que la pernera abierta con volantes de algodón que tanto asociamos con los gauchos aún está presente y es característica del traje de los chinos, la contrapartida de las chinas -poblanas. 'El lépero, el seminarista, el sereno, la sirvienta indígena' aparecen descritos en sus páginas. En este tenor:

> HACENDADO CRIOLLO PROPIETARIO: En una colonia como ésta, rica en toda clase de producción y sobre todo en metales preciosos, en la que los fundadores han sometido a la esclavitud a los indios, al lado de miles de infelices se encuentra un hombre opulento que explota esos brazos vigorosos para vivir en el lujo y la comodidad.
> NOTA: Su capa, llamada manga es una pieza de paño azul o verde cortada en óvalo y forrada de percal pintado. En medio tiene un abertura por la que pasa la cabeza. Está bordeada con un círculo de terciopelo galoneado y adornado con flequillos que cubren los hombros. El sombrero de vicuña, ribeteado por dentro; la chaqueta, de gamuza, se cierra a manera de blusa. Muestra una camisa de tela muy fina bien plisada al frente. Las botas son abiertas y dobladas a los lados. (102)

> LA JOVEN OBRERA: Sexo encantador, amable mitad del género humano, bajo todos los climas de la tierra, por encima de la ignorancia y de la barbarie. Sin importar bajo qué colores ni bajo qué vestido, el dominio de tu gracia extiende su bienhechora influencia y hace felices a los hombres, imponiendo una tregua a las pasiones odiosas que los excitan.
> NOTA: ´la vestimenta es de tela de algodón estampada burdamente en el país, así como la orla. La mantilla o tápalo es de un tejido de algodón de trama muy cerrada que se llama manta antes de ser teñida. Se fabrica en Puebla de los Ángeles y también se envía en crudo a Inglaterra, donde después la estampan. (103)

Con la independencia la relación con la vieja España había quedado maltrecha. La representación que habían tenido siglos de virreyes estaba en el olvido. Fue hasta que se consumó la gesta y el país estaba más tranquilo que se pudo establecer un representante, sólo que ahora era un embajador, Ángel Calderón de la Barca que en 1839 llegó a México. Pero no venía solo, su esposa era una chica escocesa de nombre Frances Erskine Inglis, primera Marquesa de Calderón de la Barca que se convirtió en una espectadora extraordinaria de esa sociedad.

'La vida en México durante una residencia de dos años en ese país' de 1843, (104-105) es en donde la Marquesa hace un recuento costumbrista de su estancia en México, primero despotricando de toda la experiencia pero progresivamente tomándole cariño. Cuenta, que las modas llegaban de París en dos meses. El choque de abandonar la vida europea y conocer los modos locales le hacen ser de las primeras 'personas decentes' en adoptar el traje de 'china poblana'.



atribuido a josephus arias huerta / la emperatriz ana maría/ esposa de agustín I de méxico / 1822



criada / trage de casa / para salir con reboso / trage de paseo / trage de tertulia / china / trage de verdulera

bernardo olivares / álbum artístico / puebla / 1876

COSTUMES

Civils, Militaires et Réligieux

DU

MEXIQUE.

Dessinés d'après Nature

PAR

C. LINATI.

Imprimés à la Lithographie Royale de Jobard.

BRUXELLES.

Publiés par

Ch. SATTANINO.

claudio linati / trajes civiles, religiosos y militares de méxico / 1828 / hacendado criollo propietario / colección trendo.mx

claudio linati / trajes civiles, religiosos y militares de méxico / 1828 / la joven obrera / colección trendo.mx



M. Sánchez García



Sra. Calderón de la Barca
en
"China Poblana".

LIFE IN MEXICO

DURING A

RESIDENCE OF TWO YEARS

IN

THAT COUNTRY

BY MME. C——— DE LA B———

Thou art beautiful,
Queen of the valley ! thou art beautiful !
Thy walls, like silver, sparkle to the sun,
Melodious wave thy groves . . . . . .

Southey's Madoc.

IN TWO VOLUMES.

VOLUME II.

BOSTON.
CHARLES C. LITTLE AND JAMES BROWN.
1843.

Mme. Calderón de la Barca tuvo dificultad en reconocer, al principio, la belleza de la mujer mexicana:

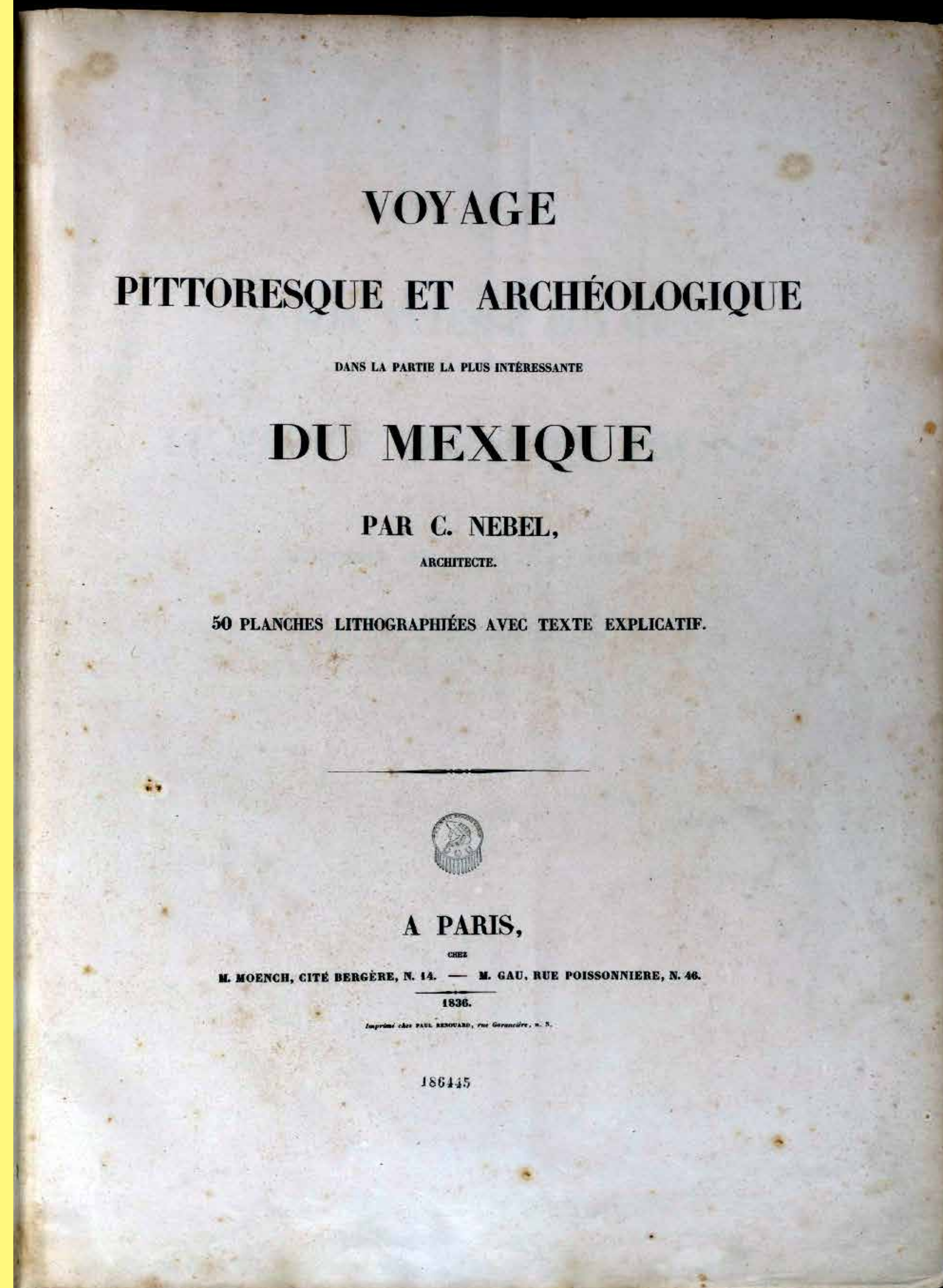
'la belleza de las mujeres de aquí consiste en los soberbios ojos negros, en el hermoso cabello oscuro, en la hermosura de brazos y manos y en su pequeño y bien formado pie. Y sus defectos: que con demasiada frecuencia son de corta estatura y demasiado gordas, de que sus dientes suelen ser malos, y el color de su tez no es el olivo pálido de las españolas ni el moreno brillante de las italianas, sino un amarillo bilioso. Porfían en introducir el pie en un zapato media pulgada más corto, y arruinan el pie, destruyen su gracia al andar, y, en consecuencia, el de sus movimientos: Esta moda empieza, por fortuna a caer en desuso'.(104)

Fascinado por la figura de Humboldt, el alemán Carl Nebel publicó en París en 1836. su 'Viaje pintoresco y arqueólogico por las partes más interesantes de México' Momentos costumbristas se ven reflejados en sus páginas:

LA MANTILLA / '...este traje es totalmente español, tanto que se recalcará que sólo se porta en las mañanas, por toda dama de buen tono. Por las tardes se usa a la francesa, ya que la dama no lleva sombrero, se envuelve en ella. Y ya en la noche se lleva con la cabeza descubierta. México no es precisamente el país de las bellezas, las mujeres son pequeñas y el cuello como la boca son de tipo indígena. Aún así tienen los ojos más bellos, el talle y la pose bien hechos. Caminan lento con actitud graciosa...' (108)

HACENDERO / 'Propietario de sus tierras, se destaca con su hija y un sirviente doméstico, al encontrar a su administrador y dirigirle la palabra'. El burgués está de parada, su atuendo lo que hemos descrito en el primer cuaderno. Y toda la diferencia consiste en la riqueza de sus aplicaciones. El sombrero de castor se adorna de gruesos galones de oro, la gracia del capote en terciopelos y oro. Porta una prenda bordada de oro y plata con el pantalón en volantes detenido por un cinturón rojo con galones de oro en las botas. [...] Las damas montan a caballo con prestancia. Llevan una capa de castor larga, coronada por bellas plumas negras, su pelo arreglado en trenzas, atadas detrás y colgantes en dos; sin corsé con vestido corto a la turca, bordado de plata, ajustando el busto y enseñando la belleza del cuello... '(109)

POBLANAS / 'Su nombre se deriva de pueblo; poblana, villana. Son damas de la clase obrera, las damas de primera clase adoptan el estilo sólo al interior de las casas. La parte esencial del traje es el 'ruboso' o chal largo , que portan sobre la cabeza y que no se quitan casi nunca, tanto para hacer la cocina ni para el tráfico del mundo. No usan corse, tanto las grandes damas ni sus sirvientas en las largas horas que usan para su arreglo. El resto del traje es de diversos colores y acabados. [...] La falda abajo es toda blanca y las muchachas aún las más pobres le sobreponen un lienzo de color, y cómo no pueden permitirse tanto lujo llevan piernas y pies desnudos...' (110)



VOYAGE

PITTORESQUE ET ARCHÉOLOGIQUE

DANS LA PARTIE LA PLUS INTÉRESSANTE

DU MEXIQUE

PAR C. NEBEL,

ARCHITECTE.

50 PLANCHES LITHOGRAPHIÉES AVEC TEXTE EXPLICATIF.

A PARIS,

CHEZ

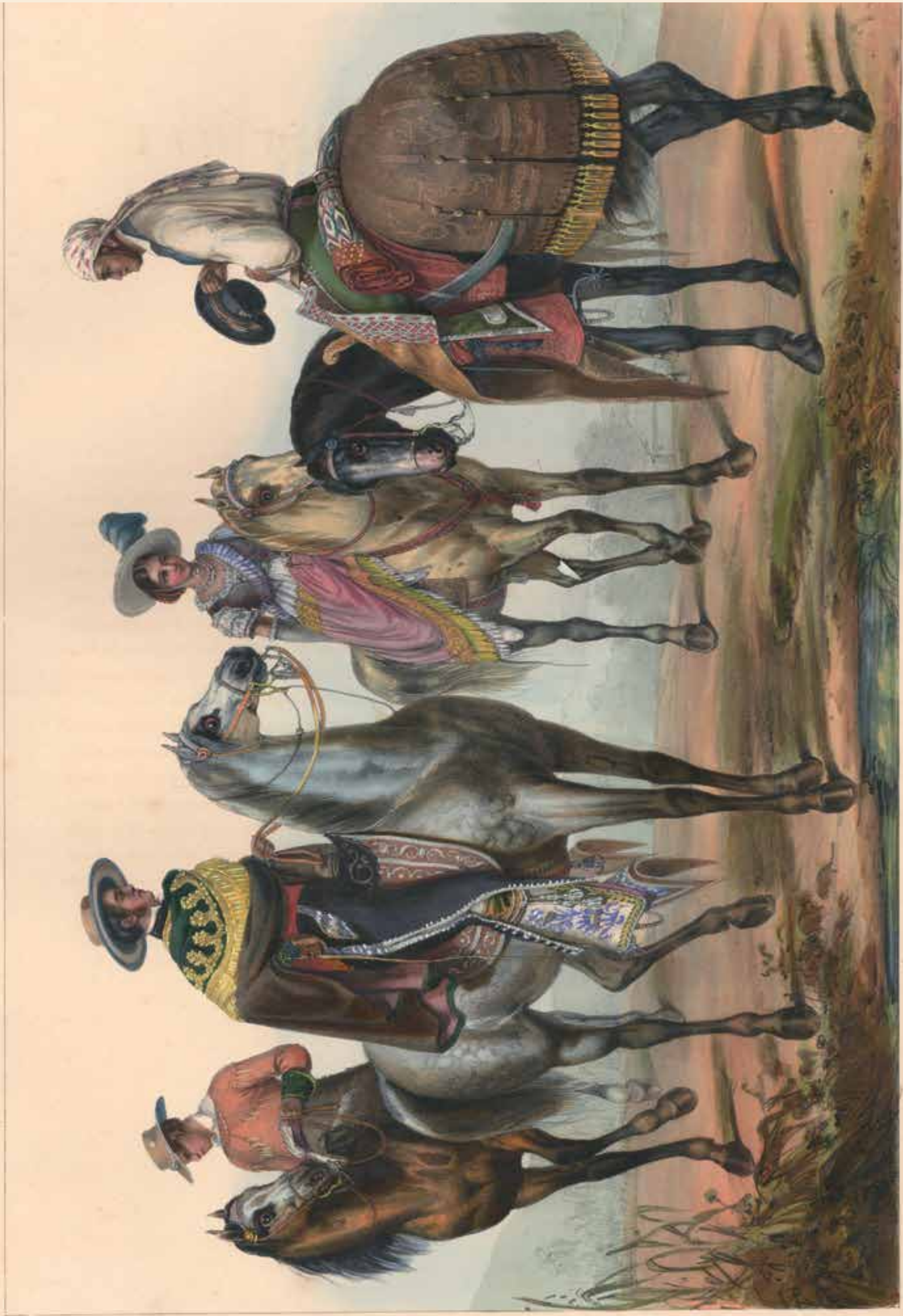
M. MOENCH, CITÉ BERGÈRE, N. 14. — M. GAU, RUE POISSONNIERE, N. 46.

1836.

186445

carl nebel / 'viaje pintoresco y arqueológico por las partes más interesantes de méxico / parís / 1836 / colección trendo.mx

carl nebel / viaje pintoresco y arqueológico por las partes más interesantes de méxico / parís / 1836 / colección trendo.mx



carl nebel / ‘viaje pintoresco y arqueológico por las partes más interesantes de méxico / parís / 1836 / colección trendo.mx

carl nebel / viaje pintoresco y arqueológico por las partes más interesantes de méxico / parís / 1836 / colección trendo.mx



adolfo patiño encontró / china poblana / circa. 1930 / colección trendo.mx



adolfo patiño encontró / china poblana y chino arrecho/ circa. 1940 / colección trendo.mx

En 1896 Antonio Carreón en 'Historia de la ciudad de Puebla' cuenta que...

'Catarina de San Juan: esta princesa del Gran Mogol, llamada en su país Mirra, cayó cautiva de un pirata a quien la compró un comerciante de Manila, quien la trajo a Acapulco y á su vez la vendió al Capitán Miguel Sosa, vecino de Puebla [...] quién en el año de 1683 caminó con ella para llegar a esa ciudad donde luego que llegó hizo saber a su esclava que quedaba libre y dueña de su voluntad, pero Sosa, que de paso es bueno advertir, había tratado a la princesa con las consideraciones que merecía su desgracia y la traía provista de ricas telas y alhajas dispuso que se bautizara lo que se verificó dándole el nombre de Catarina de San Juan'.

Carreón sugiere que 'Tal vez en el traje Catarina de San Juan tenga origen el zangalejo ó castor de la China de Puebla, como le decían. Sedas, aplicaciones, canutillos, camarones: un traje de gran lujo fue en lo que se convirtió con el tiempo.'

Una tradición del siglo XVII, la de la santona venida de la India en 1683 y muerta en olor de santidad algún tiempo después. 'La puntada del coronel prosperó, pese a la completa falta de lógica: el traje de la china es de finales del XVIII o de principios del XIX, casi dos siglos después de la llegada a Puebla de la pequeña esclava india'.

Conocida en vida por su humildad en grado heroico, la ropa tosca de su sayal 'se transformó en el castor rojo bordado de lentejuelas, la pródiga camisa que deja adivinar la opulencia del seno, las medias blancas, las zapatillas, el rebozo incitante...'

Estos elementos conforman el símbolo de una nación ávida de articular identidad y que en el tiempo de la independencia alimentó como símbolo; a grado tal que la falda roja, la blusa verde, las medias blancas hicieron eco de la bandera.

Prepárandose para un baile 'fancy' -en sus propias palabras-, la Marquesa Calderón de la Barca fascinada por el brillo del traje de China Poblana, hizo los preparativos para usar uno. Pero tuvo que arrepentirse, ante la resistencia que encontró:

'Shortly after came more visits, and just as we had supposed they were all concluded, and we were going to dinner, we were told that the secretary of state, the ministers of war and of the interior, and others, were in the drawing-room. And what do you think was the purport of their visit? To adjure me by all that was most alarming, to discard the idea of making my appearance in a Poblana dress they assured us that Poblanas generally were 'femmes de rien', that they wore no stockings, and that the wife of the Spanish minister should by no means assume, even for one evening, such a costume'.

Así ya en pleno siglo XIX, lo de china era un sinónimo que marcaba que eran chicas de baja sociedad y lo de poblana refería a alguien del pueblo, no de Puebla. El vestido tenía un área geográfica extendida desde la capital a Guadalajara y hasta Oaxaca. Para acabar convirtiéndose en un adjetivo claro y universal de lo mexicano.



imprenta antonio vanegas arroyo / china poblana / cuarta coleccion de canciones

'México y sus alrededores. vistas, trajes y monumentos' de 1855 & 1856, tiene como autor en la mayoría de los visuales a Casimiro Castro, gran litógrafo mexicano. En los textos a una pléyade de autores, como Florencio M. del Castillo, que en su capítulo de 'Trajes Mexicanos' menciona:

'...A su lado va la muchacha, porque el mexicano es como los caballeros andantes, que tienen su Dios y su dama, con la enagua de seda bordada, luciendo el piececito calzado de raso, y cubierta la cabeza con el rebozo de bolita; y juntos, antes dejarán de persignarse, que salir el domingo á comprar la fruta á la plaza, en compañía del retoño, tipo copiado del padre'.

Se muestran vistas áreas del Valle de México, trazadas desde la perspectiva de globos de Cantolla, y escenas de la ciudad y del puerto mostrando la vida cotidiana del momento.

Una china poblana baila, dejando ver el zig zag de los 'porabajos' que se asoman por la falda; sus compañeros de baile 'chinos' portan el pantalón de faena... pero traen huaraches. Una letanía de tipos populares que usaban de mercar en la ciudad, anunciados por sus pregones, desde el tlachiquero, la vendedora de chichicuilotes, hasta unos lagartijos vestidos de catrín. Y por último una escena de mercado, con personajes envueltos con sarapes y damas cubiertas con rebozo. (114-118)

Manuel Orozco y Berra en el siglo XIX dijo: 'para llevar bien las enaguas y el rebozo, se han de menester garbo y gentileza, cuerpo cortado airosamente, y mucho donaire para cubrirse: quien no sienta correr por sus venas la sangre calentada con el sol de los trópicos; quien no posea una imagen meridional, no se vista nunca con ese traje'.

Al tiempo, Don Manuel Romero de Terreros investigando la época virreinal , menciona que se tejían rebozos de seda en Querétaro, hipotesis que corrobora el censo efectuado en esa ciudad en 1791, en el que entre los trabajadores de la industria textil aparecen 45 reboceros, de los cuales 26 eran españoles, uno castizo, 14 mestizos, dos caciques indígenas y dos mulatos. Nahuas, mixtecos y purépechas; otomíes, gente de Tehuantepec y Tenancingo se dieron a la tarea de tejer 'paño de rebozo'.

En el siglo XIX los rebozos triunfaban, pero en la colonia el Marqués de Branciforte en 1794 prohibió la fabricación en México de los paños finos de rebozo de seda para que fueran hechos en Cataluña. Pero ya era demasiado tarde, era tradición arraigada y omnipresente. La prenda ya había sido adoptada por las mujeres novohispanas en todas las clases sociales. En las castas, mestizas, negras y mulatas; en las mujeres de sociedad se usaban los rebozos 'ametalados' con hilos de oro y plata y ricamente bordados para conmemorar importantes acontecimientos.

En su libro de 1989 'Rebozos y sarapes de México' Teresa Castelló Yturbide menciona que la comunicación abierta con Oriente, descubierta en 1565 y establecida bien ya a partir de 1573, inició el comercio por medio de la Nao de China, llegando a México el chal persa y el sari hindú que influyeron en la decoración del naciente rebozo mexicano que ya se estaba tejiendo con lana, algodón y seda que se producía la Mixteca.

En 1851 Vicente Munguía dió a imprenta su biografía, raro ejemplo con nombre y apellido de alguien que hizo industria del rebozo. (120 a 125) ' Rebozo del origen uso y belleza del trage propio..'

Es interesante que en las ciudades mexicanas del siglo XXI muchach@s se visten con la ropa del cowboy, desde la camisa hasta los jeans. Nadie porta la ropa del chinaco en México ni la del gaucho en Argentina... Pero el rebozo se constituyó a tal grado como prenda mexicana que en las bodas de postín de la sociedad del siglo XXI las Sras. Ricas traen su rebozo colgado de los brazos.

casimiro castro et al / méxico y sus alrededores. vistas, trajes y monumentos / 1855 & 1856 * andonella/ china poblana 2015 / colección trendo.mx

casimiro castro et al / méxico y sus alrededores. vistas, trajes y monumentos / 1855 & 1856 / colección trendo.mx



MEXICAN DRESSES

TRAJES MEXICANOS.

un Fandango

COSTUMES MEXICAINS

MÉXICO Y SUS ALREDEDORES

C. Castro y J. Campillo del y lito.

México Litog de Debray Editor, Portal del Coliseo Viejo.

Propiedad del Editor

MEXICAN DRESSES

TRAJES MEXICANOS.

COSTUMES MEXICAINS

casimiro castro et al / méxico y sus alrededores. vistas, trajes y monumentos / 1855 & 1856 / colección trendo.mx

casimiro castro et al / méxico y sus alrededores. vistas, trajes y monumentos v/ 1855 & 1856 / colección trendo.mx

C. Castro y J. Campillo, del y lit.

México: Imp. Litog. de Debray editor, Portal del Coliseo Viejo.

Propiedad del editor.

DRESSES OF MEXICAN.

TRAJES MEXICANOS.

COSTUMES MEXICAINS.

germán nájera + iván flores / entre rebozos / 2008



SENORA DE GUADALAJARA.

DEL ORÍGEN,

USO Y BELLEZAS

DEL TRAGE PROPIO DE LAS MEJICANAS,

CONOCIDO BAJO EL NOMBRE

DE

REBOZO;

Y DEL GRADO DE PERFECCION QUE RECIBIÓ

EN ZAMORA,

POR OBRA DE

D. VICENTE MUNGUIA,

á quien el Gobierno de la República otorgó en 1847, *cual premio de sus ingeniosos afanes, un PRIVILEGIO de diez años, de que hubieran querido y quisieran aun privarle la envidia y el bajo interes de sus émulos, por medio de intrigas y de* chicana.

GUADALAJARA.

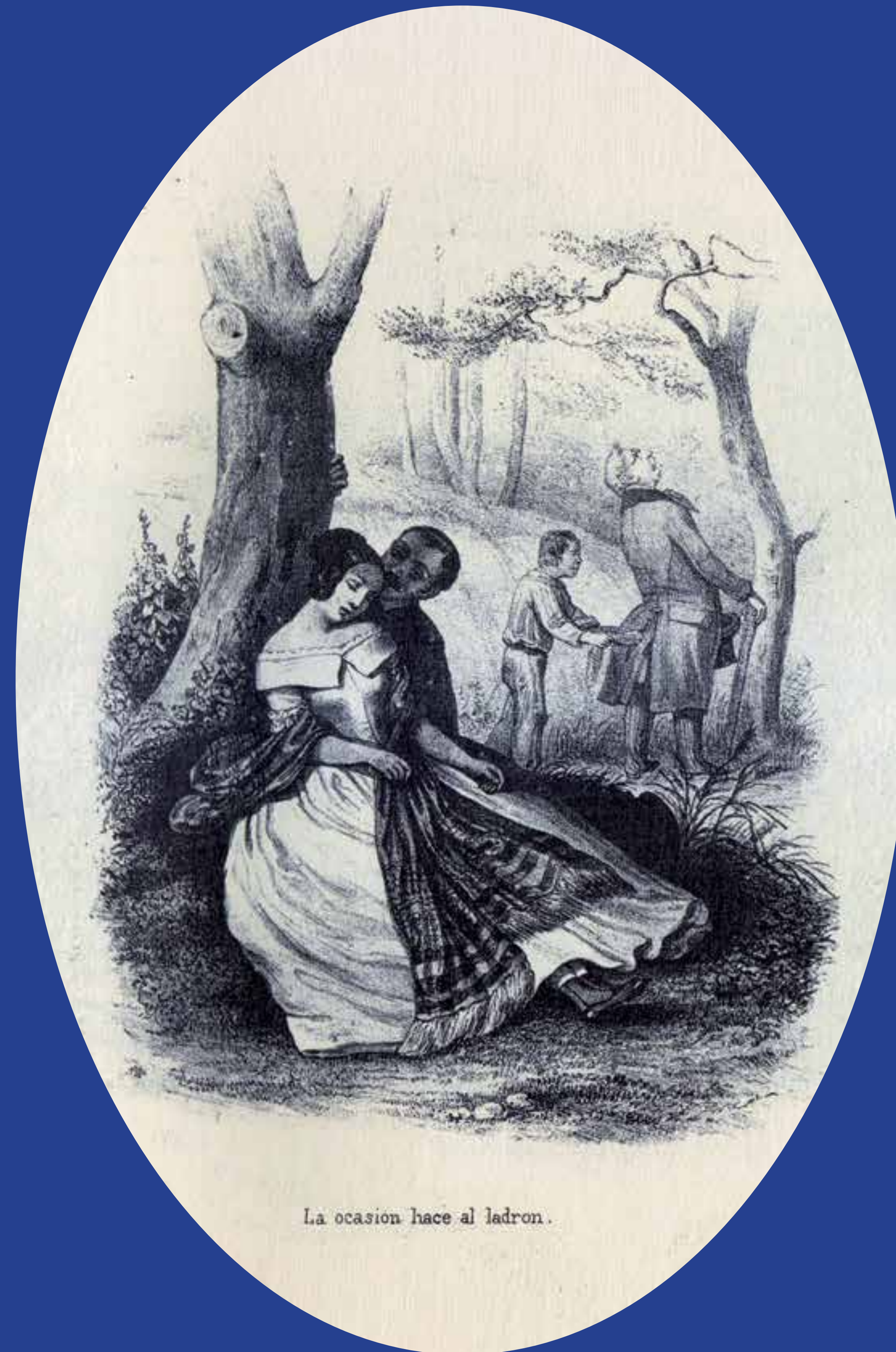
Imprenta de Jesus Camarena, á cargo de Colin MacColl.

1851.

segun otros lo entienden, el gérmen y el principio de todo el desórden y corrupcion que la están en la actualidad consumiendo. Causa bastante interes el leer en el primer diario que allí se imprimió, por los años de 1809 y 1810, las filípicas que el buen sentido y la verdadera y real ilustracion de algunos hombres de talento, apoyándose en la autoridad de Capmany, lanzaron contra la extravagancia y ridiculez de las primeras modas. Lo cierto es que en la corte inútil fué la sátira, para impedir su entronizacion; y el sombrero, el *chal*, el *tápalo* y el *fichu* empezaron á figurar donde antes dominaba el rebozo. No sucedió lo mismo en Guadalajara, á pesar de que fuese la segunda ciudad del Reino. Ya por hallarse mas distante del influjo extranjero: ya por ser dotados sus habitantes de un gusto mucho mas delicado del que puede conservarse en una inmensa y bulliciosa corte, al invadirla alguna nueva epidémica humana barbaridad; ya por haber en ella mas recogimiento y costumbres mas severas que en la Capital, no tuvieron entrada en su hogares las modas de Europa. Solamente en estos últimos años; á saber, como otros dicen, desde la última anarquía, se van imitando algo entre sus señoras, los vestidos y usos de ultramar, que son comunes en México.

Ni debe causar maravilla que por haberse sujetado las señoras á las modas europeas, háyase perdido allí casi enteramente aquel donaire que tanto agrada en el modo de llevar el rebozo de las demás mexicanas, con especialidad de las de Guadalajara. Y ¡ojalá que pudiesen, por lo menos, prestarse á las modas de afuera las gracias que acompañan al trage nacional! Mas, ¿cómo ha de ser así, siendo que en la misma Francia, muy pocas son las mujeres que poseen el arte de acomodarse con facilidad y con gusto á las infinitas formas é interminables caprichos de la moda? Solo el vestido y los adornos que llevan los pueblos constantemente y por un hábito nunca interrumpido, tienen el privilegio de agradar casi siempre á los que los mira. Observad aquel tocado oriental, ó aquel manto griego, remedados con tanta insipidez en una escena ó en un

vicente munguía / del origen uso y belleza del trage propio de las mexicanas / 1851 / colección trendo.mx



La ocasion hace al ladron.

manuel toussaint / la litografía en México / biblioteca nacional / méxico 1934 / colección trendo.mx



¿Que será del pobrecillo sin una mano amiga...... Litog. de Decaen.

baile de máscaras; y decid lo que puede esperarse de un trage de Tullerias, que va á lucirse en la Lonja, un dia despues de su llegada á México. Mil veces prefe-rimos á esos tan mal copiados *figurines*, el siempre nuevo y siempre amable rebozo que viste con gracia tan natural los hombros de una hija del país.

Rebozos de Munguía.

En la época de que acabamos de hablar, á saber, á principios de este siglo, y aun muchos años despues; aunque hubiesen existido, en toda la extension del reyno ó de la república, varías fábricas de rebozos de hilo, mas ó menos ordinarios, de los que suele hacer uso la gente pobre; en la capital exclusivamente, es donde se trabajaban y trabajaron hasta el 1846, los de seda, con que suelen cobijarse las señoras acomodadas. Mas, si se comparan los rebozos que salieron por todo aquel tiempo de las fábricas de México, los que eran todos de labores *amarradas* ó de *falsa*, con los que en seguida se han hecho por un nuevo tejido, inventado en Zamora por *D. Vicente Munguía*, á quien el Gobierno de la Nacion concedió por el mismo invento, en 1847, un privilegio de diez años, de que algunos de sus émulos quisieran privarle; tales como actualmente los despacha en su *Fábrica de Rebozos Zamoranos*, establecida en Guadalajara, a un lado de la *Caja de agua;* se encontrará entre los unos y los otros la misma diferencia que presentan a la vista de los conocedores, los primeros mamarrachos de la naciente pintura, opuestos a los mejores modelos de la moderna.

Por la sencilla y modesta relacion que nos ha dirigido el dicho *Munguía* de los primeros pasos que dió hacia su invento, podrán conocerse de alguna manera las penas que le costó el conseguirlo; y con cuanta crueldad y sinrazon han procurado sus enemigos aprovecharse del fruto de sus trabajos. No sabemos si debe admirarse mas en ella el talento natural del que la escribió ó la rara franqueza con que está escrita. La insertamos en continuacion, para abrirnos el campo al exámen de las cuestiones á que ha dado lugar el pleito que con el objeto de anular el referido privilegio, le ha sido suscitado.



teresa castelló yturbide, virginia armella de aspe / La historia de méxico a través de la indumentaria / Inbursa / 1988 / colección trendo.mx

´Pascuala Corona' era su seudónimo. Vivió casi 100 años, le faltaron tres. Vivió desde la década del '10 en el XX hasta el 20 de enero de 2015. Detrás de ese nombre -que era en realidad el nombre de su nana-, ella era **Teresa Castelló Yturbide**. *Se especializó en las artes decorativas de México y escribió por ahí de 30 libros:* *El traje indígena, El rebozo, Los colorantes naturales de México y* *' La historia de México a través de la Indumentaria' de 1988, teniendo como coautores a* **Virginia Armella de Aspe** *y a* **Ignacio Borja Martínez**.

Este libro publicado por Inbursa (126) tiene una perspectiva entre colonial y decimonónica, divide la historia del país en tres rebanadas: el traje militar que le toca a Borja, el traje civil a cargo de Virginia Armella y el traje religioso por la propia Castelló. Pasa rápidamente por lo prehispánico y la conquista, ahonda en la colonia pero realmente profundiza en el siglo XIX y ahí se para en seco.
De los tres capítulos el más interesante como historia del vestido es el que habla del traje civil; aunque en una decisión, por lo menos extraña, está ilustrado por fotos contemporáneas de modelos portando los trajes históricos, - han de ser muchachas decentes de buenas familias porque son güeritas y aburridas como rebanada de tofú- situando a las prendas en un anacronismo visual ochentero digno de 'las flans'.

El **siglo XIX** *comienza con la silueta Imperio /*
para la década de los 1830 la cintura ha ido bajando, vuelve el corpiño,
las mangas se van inflando, son las mangas jamón/
hacia la mitad del siglo se usa la ropa que identificamos
con películas tales como 'Lo que el viento se llevó'/
para la década de 1860 Carlota Amalia estará viajando a México con las faldas gigantes hechas de aros de metal y crinolinas. Es la época de Worth, el padre de la alta costura.

En México es el auge de las revistas femeninas y proliferan los títulos, ya fuera que se imprimieran en Europa, se editaran allá y se imprimiesen acá o de plano fueran producción nacional adaptando materiales extranjeros: **El Iris**, **el Instructor** *y* **la Colmena** *que publican grabados lo más probablemente ingleses;* **el Mosaico Mexicano** *que se publica en los 1830's y 40's, que buscaba la educación del bello sexo y tenía una sección de moda.*

En **El Museo Mexicano** *de 1844 se habla del taller de costura de '***Madame Virginia***', una francesa instalada en México que dominó la moda mexicana de los 1840's.*

Los calendarios dirigidos a las señoritas tenían la estructura de revistas, santorales y fiestas; compartían artículos, poemas y cuentos. Además de almanaques también contenían la información para mujeres: recetas, afeites y moda.
La semana de las señoritas mexicanas *de 1851 se ubica en el ocaso del romanticismo, el cambio de estilos en la moda femenina a partir de la segunda mitad del XIX.*

Leyendo El **Calendario de las señoritas megicanas** *de 1840 (131-133) no debe confundirse a su editor Mariano Galván con el autor del 'Calendario del más antiguo Galván' -que se sigue publicando aún a ppos. del siglo XXI.*
Muchos de los artículos que aparecen son traducciones, alguno los firma el editor explícitamente, otros como en el caso del fragmento de 'El ángel de la guarda' comedia inédita en la edición de 1843 quedan anónimos... como el que sigue:

juan cordero / retrato de doña dolores tosta de santa anna / 1855



luis garcés litografía / el libro de satanás de adolfo isaac alegría / 1869 / colección trendo.mx

'La señorita'

Visité á los peluqueros
De la calle de Plateros
Y al fin á mis ruegos férvidos
Venir uno prometió.
Monsieur Perruque se llama :
Peluquero de gran fama:
Hace pelucas con máquina
De vapor, que él inventó.
Peluquería Francesa
Parisiense, por empresa,
Tiene escrito con mayúsculas
En castellano y francés.
Hay muchos bucles colgados
Y dos bustos colorados
Tiene en la frente cárdena
Una peluca al revés.

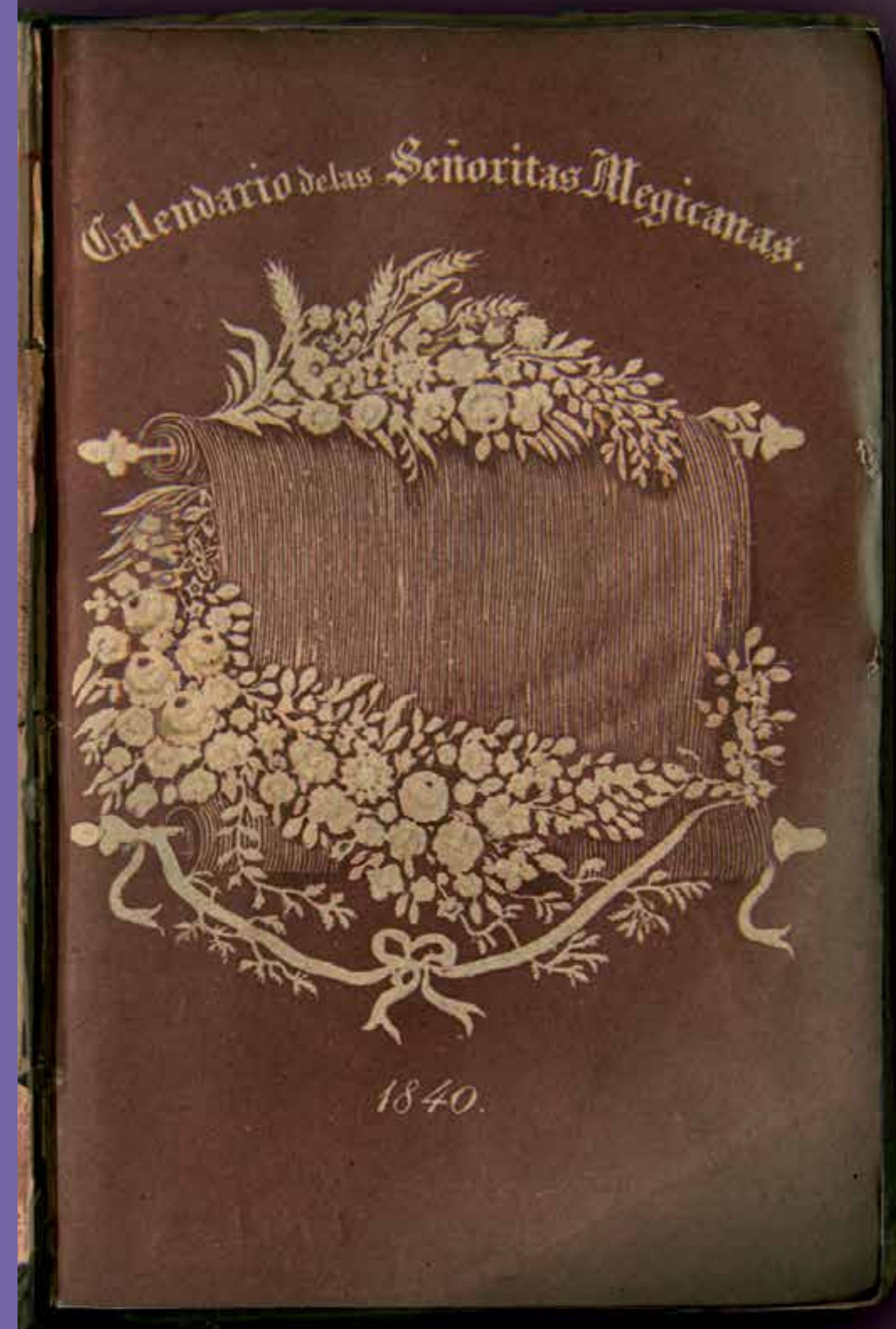
En 1858, una viajera de nombre María Giovanni, publica de la mano de Alejandro Dumas el 'Journal de Madame Giovanni: en Australie, aux Iles Marquises, a Taiti, a la Nouvelle-Caledonie, en Californie et au Mexique', y como en el caso de Mme. Calderón de la Barca, da cuenta de la moda de ese tiempo:

(Llegando a la Ciudad de México...)

- 'la mas bellas tiendas de Mexico se sitúan en la calle del Plateros (sic). En un instante me creí transportada al París que había abandonado hace 12 años. La tiendas de la calle del Plateros rivalizan en lujo con aquellas de la rue de la Paix y de la calle de Richelieu'. (en 'la Paix' en aquel entonces estaba la sede de Worth)

-'Más que nada, casi todas las cosas provienen de tiendas francesas. Encontré exactamente lo que vería en París en los mejores establecimientos, y las modas no se tardan mas que un mes en llegar de Francia. Si bien no hay diferencia ni en el lujo ni en el gusto, no es así con el precio. Por regla general un objeto que cueste un franco en París cuesta una piastra en México. Así por ejemplo un sombrerete con flor en la oreja de 25 francos, cuesta 25 piastras... lo que es decir 100 francos. [..] Por lo cual entiendo que mis encantadores pequeños compatriotas se recreen en los enormes beneficios que provienen de vender moda y lencería en México'.

Esta fascinación con Plateros -hoy la calle de Madero en el centro histórico de la Cdmx- viene de que fue la calle de la moda durante décadas. Cerca en 16 de septiembre y 5 de febrero -en ese entonces Portal de Mercaderes y Diputación- estaba, desde 1696, el Parián: con dos pisos y cerca de 130 establecimientos abarcaba una parte de la Plaza Mayor. Ahí se compraban las materias primas: las telas, terciopelos, marabúes... Que se llevaban con los guanteros, zapateros, modistas y confeccionistas de Plateros en los múltiples pisos. En los techos unos 'invernaderos' coronaban esos edificios: los fotoestudios donde te tomabas la foto con toda la moda, alumbradas por la luz solar.



mariano galván / calendario de las señoritas megicanas / 1840 / colección trendo.mx



TRAGE DE MAÑANA.

Vestido de muselina rosada. — Devantal de seda sombreado. — Cofia de tul y encaje. — Broche edad media (*moyen-âge*).

mariano galván / calendario de las señoritas megicanas / 1840 / colección trendo.mx

noticias del imperio

Santa Anna en 1843 manda demoler el Parián para erigir una nueva 'Plaza del Volador' en lo que ahora es Venustiano Carranza y Pino Suárez, en aquel entonces Universidad esquina con Porta Coelli. El mercado se incendió en 1870 para dar lugar al auge del mercado de La Merced, y poco después la entrada de las departamentales como el Palacio de Hierro; conformando para el siglo XX el centro de la ciudad, como un espacio de mercadería y venta de la moda.

La esposa de Santa Anna en 1855 (128) porta la silueta de la mitad del siglo XIX. ¿Dónde quedó la liberalidad del traje revolucionario de 50 años antes? El mundo había tornado conservador una vez más. En México se sucedían los gobiernos, Antonio López de Santa Anna fue presidente once veces. Y esas luchas ideológicas, -el arte de perder el tiempo-, fueron la impronta de nuestro país desde entonces. Para 1864 llegan Maximiliano y Carlota como emperadores.

En Francia, el gobernante era Napoleón III con su esposa Eugenia de Montijo, al frente de una corte en el que Charles Frederick Worth ordenaba como un dictador la apariencia de las damas.

En 1955 la biografía 'The age of Worth' cuenta que cómo parte del gran argumento para convencer a Carlota de la aventura mexicana se le aseguró que recibiría una dotación de Worth durante todo su reinado. El mundo del padre de la alta costura era el de los vestidos gigantescos, que en la noche como máximo lujo eran de un blanco profundo. En el día, los inventos recientes de la púrpura de Perkin y las sucesivas anilinas que inventó hacían que por primera vez la ropa fuera tan colorida como un jardín de flores.

- 'El azul mexicano fué el color de moda de la primavera de 1863. Ese azul tal cual el magenta y el verde de Crimea, reflejaban las aventuras militares del segundo Imperio francés. [...] Worth como otros miembros del público, habían oído de la campaña como otro éxito del Imperio, pero probablemente el sabía más que el común acerca del particular. [...] Además tenía varios clientes mexicanos, ricos exhiliados que le hablaban entusiastas de las labores francesas conquistando México. [...] En Francia se decía que la campaña de invasión era 'la más bella idea del reino'. Y al recibir a Carlota, la propia Emperatriz encomendó a Worth el vestirla como requería su nuevo papel en el naciente Imperio Mexicano'.

En 1939, un sorprendente Juárez hecho de látex -Paul Muni el actor que lo encarnaba era blanco como aspirina- lucha contra Maximiliano y Carlota en la producción hollywoodense encabezada por Bette Davis en el papel de Carlota de Habsburgo. Un Chapultepec de papel maché, con una trama punteada por augurios: Carlota al llegar a Veracruz es recibida por un buitre..., en una película que extrañísimamente sólo la dan cada año por la televisión francesa en el aniversario del 5 de mayo.

El mundo de Maximiliano fue el triunfo del afrancesamiento, pero al mismo tiempo de una nueva manera de pensar la identidad de lo mexicano. Las damas de Carlota en una corte improvisada, exigían las prendas de Worth o por lo menos materiales dignos para realizar las buenas copias. Aún así, el Emperador consideraba que había que ver la cultura mexicana con ojos diferentes, por lo que establece el Museo Mexicano, y en lo personal encontraba gran solaz en los brazos de una mexicana, 'la India bonita' con quién se daba sus escapadas a Cuernavaca.

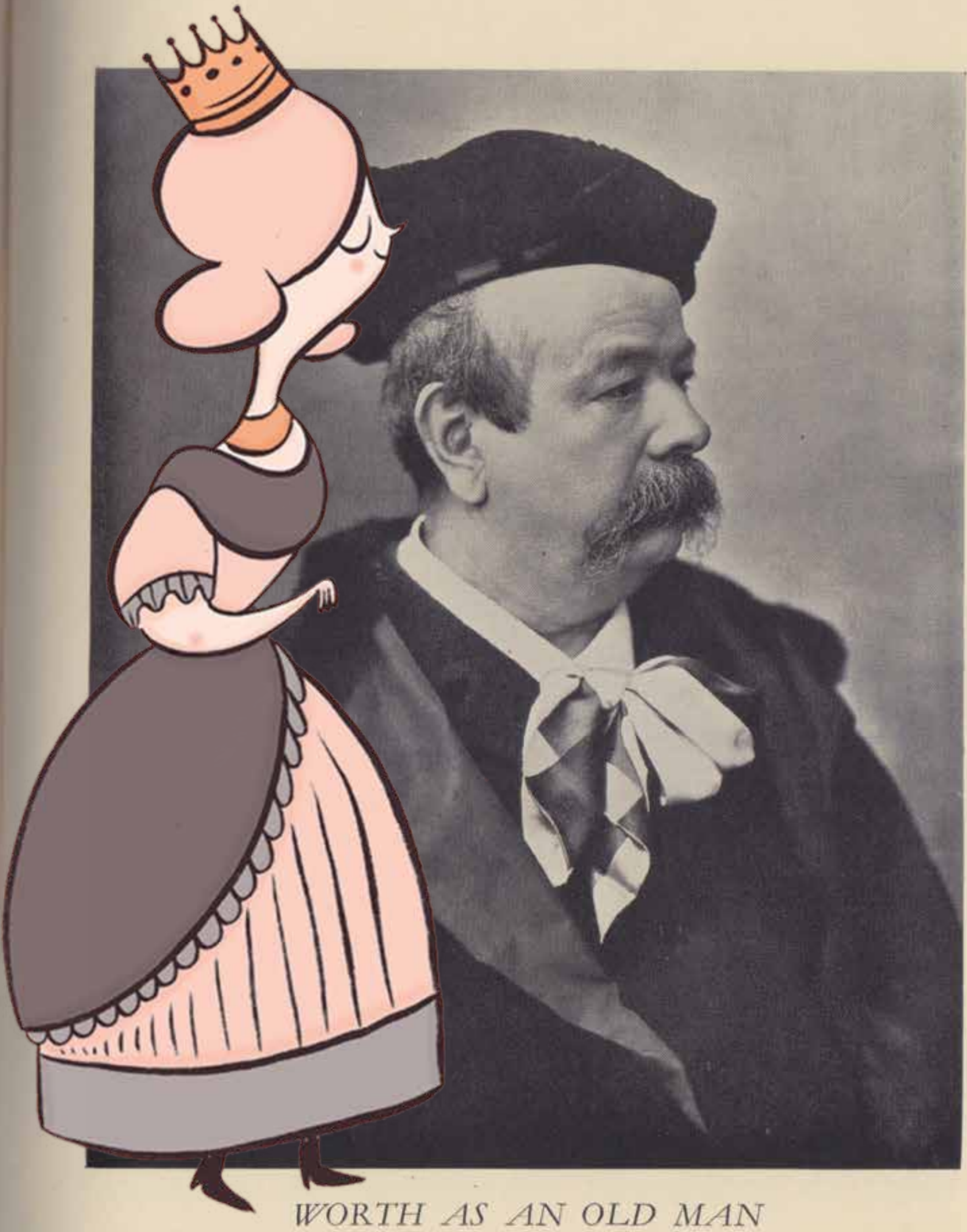
La vida social estaba acompañada por el sonido de gigantescas crinolinas, realizadas en talleres que imitaban la alta costura parisinas por las modistas pobres 'las rinconelli' -como se les decía. Durante la intervención francesa, grupos de rancheros le hacían frente al invasor: eran los chinacos, vestidos con pantalones de gamuza abiertos a los lados, enseñando el 'calzón blanco', para cerrarlos, usaban a los lados botones de oro o plata. Charreteras de gamuza,



william dieterle / juarez / still de la película / 1939

william dieterle / juarez / imagen publicitaria con todo el elenco / 1939

andonella / carlota / 2015 * edith saunders / página de 'the age of worth' / 1955 / colección trendo.mx





carl martin edersberg / emperador maximiliano portando lujoso traje de charro / siglo xix

camisa blanca, el sombrero de ala tendida y copa semiésferica, adornada de chapetones. Es el traje de charro que hoy conocemos. A Maximiliano le llamaba la atención la música que tocaban estos rancheros en las bodas - 'marriages' en francés de donde salio el nombre 'mariachi'.

En 1998 el Museo de la Ciudad de México hizo 'Intimidad, moda y diseño. México entrañable' una exposición. Con la curaduría de María Amparo Clausell, abarcaba piezas de moda en vivo de 1840 a 1910, acompañadas de mobiliario y ambientación de las respectivas épocas. El catálogo presenta la ropa puesta en maniquíes en fotografías elegantes y evocativas. Da cuenta de los cambios que se dan a partir de la restauración de la República. Partiendo de los grandes vestidos de tiempo de Carlota habrá grandes cambios en la segunda mitad del xix. La silueta se adelgazará en las faldas, se inventará el polizón y hacia 1875 el volúmen de las faldas queda sólo en la parte posterior, 'derriére falso' acompañado por una tela que se arrastra: el tren -antecedente de la cola del traje de novia actual. Para 1890 la silueta en 'S', el vestido recto y la falda trompeta, están anunciando la llegada del vestido moderno del siglo XX.



andonella / charro / 2015

Intimidad, moda y diseño.
México entrañable.



maria amparo clausell / intimidad, moda y diseño. méxico entrañable / 1998 / colección trendo.mx



autor anónimo / dolores romero 'dama de la noche' de 2nda clase / circa 1865

A partir del Imperio de Maximiliano cambia la relación entre imagen y moda, por la presencia de la fotografía. Tiempo antes del arribo de los emperadores, llegaron sus imágenes. La gente compraba estas fotos y las sumaba a sus albumes familiares, a los que tambien añadían las 'cards du visite' -onda, tarjeta de presentación, pero en vez de eso ibas dejando tu foto a la gente que veías.

Maximiliano mandó que todas las prostitutas de la ciudad fueran documentadas en un catálogo donde se marcaba el precio del servicio de la chica en cuestión, sus gustos, habilidades y enfermedades. Se les clasficaba en 1a, 2a y 3a clases. Jean Moure, una francesa venida de Orleans clasificaba 'por supuesto' en primera. La mestiza en medio y la indígena al final. Los tipos raciales determinaban el tipo de vestido: más occidental, o mas indígena. Y desde entonces, como hasta ahora, esa desesperante característica mexicana de hacer compartimientos raciales, identificables en la ropa y determinantes hasta de la articulación del deseo. (140)

Alguna frontera temporal ha de existir a finales del siglo XIX , desde que la gran mayoría de los libros de moda reseñados incluyendo a Benítez, Morales, Castelló Yturbide y Clausell, se paran en seco en la frontera del siglo XX. En el mismo caso, con el título 'a la Monsivaís' de 'Pudor y liviandad: tres siglos de moda en México. La colección del Museo Soumaya' (142) la premisa de este pequeño catálogo de exposición se queda corta pues se presentan las piezas decimonónicas, con tan sólo un vestido de flapper de 1920 visto sólo al pasar. En apenas 32 hojas, el opúsculo contiene prendas y glosario, comentarios acerca de las épocas y un destino común en todas las obras de moda que es la presencia mayoritaria del traje femenino y el casi olvido de las prendas de los hombres.

En la imagen mental de Abraham Lincoln, lo pensamos de levita -saco largo , sobrio, acompañado de sombrero de copa. Al mismo tiempo en estos lares Benito Juárez portaba los mismos estilos, que continuarán hasta el tiempo de Don Porfirio.

Enrique Fernández Ledesma, -hermano de Gabriel de los mismo apellidos autor del 'Calzado Mexicano - cactlis y huaraches' de 1930 (33-35)-, escribió en 1938, pero lo publicó hasta 1950, su libro 'La gracia de los retratos antiguos'. Increiblemente profuso, congelando el ambiente, espíritu e imagen del siglo XIX. Ahí se cuentan las historias de sociedad de 1845 hasta 1880 en la obra de los mas notables daguerrotipistas, ambrotipistas y fotógrafos que trabajaron en la ciudad de México y otros lugares del país, de manera exhaustiva abarcando Monterrey, Aguascalientes, Ciudad de México, Oaxaca, Mérida, Veracruz, Puebla, Zacatecas. Cosa sorprendente pues en la gran mayoría de los casos estos estudios siempre se limitan a la actividad de moda en ciudad de México. (144-147)

Juan Cordero pinta 'El retrato de las hijas de Manuel Cordero', da cuenta de un avance significativo en los estilos (148). Todas visten ropa de colores brillantes y tonos variados. William Henry Perkin en Inglaterra, había inventado el color malva, como un accidente buscando una mejor medicina. En 1856 su inventó dio lugar a la industria de las anilinas, y así el caballero se convirtió en el gran emprendedor del siglo XIX , dando pie a una nueva cultura del color en la ropa.

crestomatía / soumaya slim de romero / pudor y liviandad / 2003

Pudor y liviandad

Tres siglos de moda en México

LA COLECCIÓN DE MUSEO SOUMAYA

MUSEO



Bazaine se inclinó ante la majestad del pobre soberano, con todas las reglas de la etiqueta.

manuel toussaint /la litografía en méxico / biblioteca nacional / 1934 / colección trendo.mx + escudo nacional

ENRIQUE FERNÁNDEZ LEDESMA

LA GRACIA DE LOS RETRATOS ANTIGUOS

PRÓLOGO DEL ING. MARTE R. GÓMEZ



MÉXICO, 1950



Adolescente criolla mexicana. Retrato hecho hacia 1860. Todo en él es gracioso y de un desbordante tipicismo: el indumento de la modelo, su *pose*, llena de recato, que copia las actitudes de las señoras adultas: la punta de *tira bordada* del calzón, que asoma hasta cubrir el nacimiento del tobillo; el paso como de "minueto": la gravedad del rostro y el ambiente romántico que envuelve la composición... Todo aquí se encarece con el fondo pintado, que representa una alquería suiza.

Fot. Montes de Oca y Cía.,
Calle de Plateros, Nº 6, Ciudad de México.
Colección Fernández Ledesma.

enrique fernández ledesma / la gracia de los retratos antiguos / 1950 / colección trendo.mx

Estos preciosos adminículos son joyas de arte ante las cuales, con justicia, se enorgullecen nuestros bisabuelos.

Después de los ejemplares únicos, vienen los *retratos de visita*, hechos del 58 o 60, hasta principios de los años noventa, con *negativas colodiónicas*, de las que pueden reproducirse copias a voluntad. Copias, ciertamente, memorables, hechas en aquel primoroso papel a la albúmina, sepia, violado cárdeno



Encantadora fotografía, realzada por rico medallón de cobre dorado. Representa a la hermosa dama doña Altagracia de Villaseñor y Cervantes, nativa de Guadalajara. Fué la última descendiente del Adelantado don Juan de Villaseñor y Cervantes, que en 1535 se aposentó en México. El cura Hidalgo y don Agustín de Iturbide tuvieron vínculos de sangre con don Antonio y, por lo tanto, la familia de doña Altagracia debe de haber gozado de una encumbrada posición en la corte de nuestro Primer Imperio. El retrato, hecho en 1863, es adorable: una gracia tranquila, un cautivador aire de distinción, que aquí es elegancia de la sencillez, y una cintilante juventud, sin artificios ni afeites, hacen de esta figura el espécimen seductor del selecto criollismo mexicano.

Fotografía "Luz y Sombra", de D. Octaviano de la Mora, Portal de Matamoros, Nº 9, Guadalajara, Jalisco. Colección Murillo Cornadó.



Dama mexicana de 1863. Este primoroso rětrato, irreprochablemente compuesto, se resuelve en dignidad, elegancia y distinción. Encarecen la nobleza de la figura, que representa a la señora doña Soledad Olaguíbel de Maillefert, la columnata del primer término y el paisaje romántico del fondo.

Fot. Montes de Oca, 4º de Plateros Nº 6, ciudad de México. Colección González Montesinos.

juan cordero / retrato de las hijas de manuel cordero / 1875 * andonella / portada de la moda elegante 2015

LA MODA ELEGANTE

PERIÓDICO DE SEÑORAS Y SEÑORITAS.

AÑO XLIII. MADRID, 14 DE NOVIEMBRE DE 1884. NÚM. 42.

revista la moda elegante / madrid / 1884/ colección trendo.mx





revista la moda elegante / madrid / 1884/ colección ztrendo.mx

señoras catrinas y criada / circa 1900

La 'Moda elegante: periódico de señoras y señoritas' se publicó en España de 1842 hasta 1929. Particularmente al final del siglo XIX la revista tuvo un momento de influencia en México, cerrando el momento de las revistas femeninas al estilo de los 1800. La silueta había cambiado profusamente. La cauda del tren se había vuelto muy ornamentada, para después abandonarse. El último vestigio fue el polizón que ya para 1890 ya no estaba de moda. (149-151)

El mundo estable del régimen de Porfirio Díaz (154) estaba a punto de ser transformado no sólo por la revolución mexicana de 1910, sino por los increíbles cambios tecnológicos que influyeron en nuevas actitudes en el cambio de siglo.

Worth había hecho durante su larga carrera de casi 50 años tres grandes transformaciones en la silueta. El siglo XX se despierta con una reforma del vestido: las sufragistas luchaban para liberarse del corset; Amelia Bloomer inventó el pantaloncillo del mismo nombre, harta de las faldas; el orientalismo trajo consigo la silueta del kimono. La influencia llegaba a México y las catrinas (152) demuestran que el estilo que estaba en voga en la Austria de Emilie Flöge -la modista amante de Klimt- se ve en las ciudades mexicanas con los grandes sombreros. El corte recto aún acorsetado, hace eco con la forma del pinafore que trae el bebé en la misma imagen, volviéndose casi un 'Liberty dress'. El prototipo de la Gibson Girl, la silueta en 'S', plantea una estética diferente de lo que había sido la mujer romántica: ahora era una mujer moderna.

Las fiestas del Centenario de la Independencia son recibidas con una cena alumbrada por !luz eléctrica!. Don Porfirio busca presentar estilos y celebraciones que intenten redescubrir el pasado prehispánico. Se habla de un estilo 'neo-azteca' en pabellones y mobiliario. La alta sociedad totalmente afrancesada ve 'lo mexicano' con displicencia.

En 1890 abre puertas el Palacio de Hierro, trayendo a México el concepto de compra-venta europeo. Se inauguran los precios fijos, sin regateo. La ropa y los materiales de moda se compran ahora aquí. (155)



Se habla francés, los apellidos 'buenos' son los 'Limantour', los 'Cusi', las bebidas y la gastronomía se prefieren europeos. En el siglo XXI el mezcal subió de clase social y se volvió tendencia, en aquel entonces había que disfrazar al tequila para que la gente lo aceptara. En las urbes las clases altas europeizantes, no sospechan lo que esta a punto de suceder. En la calle unas lindas catrinas caminan irresponsables mientras entra a la ciudad el ejército de Pancho Villa. (156)

Las carreras elegantes en el Hipódromo de la Condesa pronto serán sólo una memoria: el mundo de las Adelitas y la revolución pelarán los dientes de la Muerte Catrina (158) para recibir la modernidad y un nuevo siglo.

don porfirio díaz / circa 1900 * inserto dibujo de miguel covarrubias / mexico south / 1950

THE ENDLESS STRUGGLE 233

dons for friends sentenced to death for arson and rebellion. A pious Catholic, she demanded that her employees go to church and take communion regularly. Seized with a fanatical will to help and improve her home town, she rebuilt the old Cathedral

Porfirio Diaz in 1908

General Porfirio Díaz in 1908

and convent first built by Cosijopi, remodeled the cemetery, and

PALACIO DE HIERRO
·MEXICO·DF·

portada del recuerdo de la inauguración del palacio de hierro / 1911

sinafo fototeca nacional inah / catrinas irresponsables con ejército revolucionario entrando al fondo / 1911

sinafo fototeca nacional inah / archivo casasola / adelita en tren / 1911



josé guadalupe posada / calavera catrina / 1910

translaishons

pages 8 - 9

A veces se necesita un extraño para señalar lo obvio. Si he sido de alguna ayuda para hacer que este libro indispensable despegara ha sido a través de mi propia ignorancia ...

En uno de mis muchos viajes a la Ciudad de México, tuve una charla con Gustavo Prado unos días antes de un vuelo de regreso a París.
Cuando las conversaciones pasaron de lo que estaba pasando en las modernas pasarelas mexicanas a la larga herencia que las sostenía, tuve que admitir que sabía muy poco sobre la rica y fascinante historia de la moda mexicana.

Además, sentí que no estaba sola.
No sólo los mexicanos, sino la gente de todo el mundo necesitaban un compendio definitivo.
Sin saberlo entonces, yo había plantado una semilla con Gustavo que se convirtió en una investigación trascendental alimentada por el deseo de educarnos y nutrirnos en la historia de la moda mexicana.

Gustavo comprendió que cada nación necesita conocer sus raíces y, sin un entendimiento de su historia de la moda, una nación es como un barco a la deriva.

Los diseñadores de todo el mundo pueden ahora inspirarse en el variado e impresionante pasado de moda de México. Sin embargo, lo más importante de todo será la contribución de este libro al futuro de la moda mexicana.
El progreso y la innovación sólo tienen sentido en el contexto de una historia vibrante.

Diane Pernet - una mirada velada de la moda

clipart in this section / andonella / 2016

page 12

Mextilo the film,

was made for Asvoff Mx 2014 in the Franz Mayer museum.

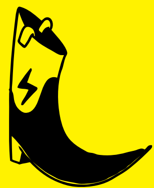
I was a teacher, but in classrooms, only few students can be taught. In 2014 Diane Pernet - the grand dame of the fashion film world, my godmother and my inspiration, asked me: -I want to know what it is to be a Mexican designer ...- And I realized that there was no accessible document that could account for the history of fashion in Mexico.
Those few books were impossible to found, or anthropological studies, or partial visions, social chronics, or just paid corporate history for brands.

Is the way of understand history: those who speak for us as 'Mexico through the ages' made patriarchal accounts, in which fashion is not worth exploring. And from the side of fashion itself, trying to be profound, the issue was lost in the ethnographic, reflecting on cultural identities, but not understanding dress as the center of study.

So, in short time and with a very limited budget (of my teaching earnings) I summon a group of young filmmakers: Zeón, Limón, Diego, Herminio and JJ, each and every one editing and directing their own sections. And Andonella drawing.

The result, uploaded in youtube, will be accessible forever. It ended up being a real film, presented in Paris in the Asvoff 8, and in forums and festivals all over Mexico. The materials of my own research, gave for more. Using crowdfunding we collected 147% of what we had asked for, to print this book. :D

This result is not definitive, only another voice in this chorus. The objective is to present the existing sources (that we know of) in the history of dress in Mexico, which results ... were not so scarce. This book seeks to educate, to provoke, to move ... having fun! May inspire you to take some path of creation!
Gustavo Prado >.<



page 17

No fashion in any country

is only about clothes, it is about stories in imaginaries and identities.

In the second decade of the 21st century, Mexican fashion is at a crossroads.
Finally, there are structures:
+ Fashion schools at undergraduate level
+ Fashion national chambers.
+A large textile production - among the 10 wealth generators in the country -
+ A 'middle class' under construction /expansion
+ Urban gentrification seeking to express itself through dress
+A system of design appraisal comprehending bazaars, congresses, magazines, prizes and exhibitions
A vibrant textile industry!. But when we talk about the survival of independent fashion designers, in the so-called author-fashion, we see a permanent situation: Every 10 years there are extinctions in which promising young people, fail to settle and break businesses, lose their turn and open the door to a new herd of 'promises'.

Vices causing this situation:

Seamstress/artist: the designer as an artist / cannot undergo the minimal confection and go into scale of production / does not understand the consumer
I do not brand, I make whims: fashion is not understood as part of an aspirational system / brands do not create stories of mass consumption
My brand is for segment A: brands that pretend to be luxury, in an economy where the consumer prefers the foreign brand of 'mass luxury', and the large mass chooses the cheapest fashion possible
I am the artisans saviour: looking for an evasive identity / confuses folklorism with tradition. And forgets that four years of a design career, does not substitute millenary knowledge
Fashion is not only craftsmanship: lost in the labyrinth of 'Mexican' identity, trying to rescue a nonexistent past - alien to the urban designer graduated from private, gentrified, hipster, cosmopolitan, organic eating university
Evening dresses: obsolete notions of gender make the 'creative approach' to be lost in evening dresses / finishing working as dressmakers, - who will never be designers
Business 'scheme' for brands that are only occasionally sold in design 'tianguis' (fairs).
The empire of basic patronage: failing education systems form seamstresses / marketing is not understood / design is not understood ... and total absence of concepts!.. / 'research' never equals just 'moodboarding'
Ignorance about what has happened in the history of Mexican fashion



page 18

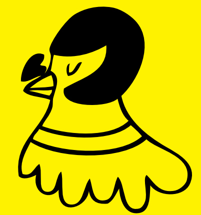
Mazahuacholoskatopunks

Who are these guys? Are they urban, are they rural? Violent or peaceful?. Answering this question would help us to know who we are in that unassailable Mexican identity.

In the 21st century, as a consequence of a construction boom in Mexico City, young immigrants from the Oaxaca zone migrated to the capital. Traditionally the money they earned as masons goes back to their communities, but equally between mimicry and protection, they adopted an invented a new identity taking elements of those things that they found useful from the images of the urban counterculture, becoming a kind of punks. .. but with traditional band music. Spending all their salary in fashion... Federico Gama both photographer and anthropologist thinks of youth and counterculture from observation. His 2009 book 'Mazahuacholoskatopunk' says:

'Their look is of gang members. His irreverent appearance is deceiving, even to themselves. They dress like cholos unaware of the rituals of those. They are considered skatos but do not know the meaning of this word. They are punks without ideology ... '

'The Indians of Mexico ...', 'our crafts', 'our traditions'. It is the common and colonialist phrases that bind some part of population the obligation to keep the traditions of all the others, said by those from above, from the white and civilized dictating the speech.
#sowhite #soboring #soposh
What happens when the indians dresses up as punk? What tradition is kept when identities, and therefore fashion, are not monoliths but gases in never ending transformation?
When you study fashion design, they teach you the basic pattern of Western fashion, but the Indian patronage is unknown. Brands use tradition as a sales and marketing tool: but only in applications and embroidery that is half reminiscent of certain ethnic groups, using indigenous labor ... dangerously confusing exploitation with design.
This 'Mexican design' replicates symbols and ways of the country's memorable past, but literally in the lyrics that sings:
But if a strange enemy dares
Profane with your plant your soil,
Think dear O' Fatherland! That the sky
Gave you a soldier with each son
(from the mexican national hymn)
Where it is enough that a foreign designer turn to see the Mexican and take it as inspiration, so to ignite the flames of the media scandal ...
But what happens when that native population dresses up in punk? What tradition is saved when identities and fashions are questioned more than ever? Furthermore when this happens from the depths of traditional Mexico, no longer isolated, today global and universal.



page 20

What is 'Mexican'?

In the world, Mexico is a constant source of inspiration ...example:

Kenzo AW 11/12: In the background a curtain drawn with a guitar, the same sounds in the background music. Brown and earths in the palette: it is the desert landscape. Cowboys to walk on dry ground, haughty women with the strength and aplomb of the northern Mexicans.

The collection without being obviously mexican, is identifiable and evocative. Antonio Marras the designer, understands the 'world culture' retaining the tradition and leaving aside the folklore, which is also a feature of the brand Kenzo. And a big problem of Mexican fashion: we have no idea how to do Mexican design avoiding the folk, the kitsch and the 'camp'.

In the fashion world, social causes, violence and injustice are always issues worth to be explored: Alexander McQueen in 1995 with his collection 'Highland Rape' made a statement about the political situation in his country, one of countless examples.

From #nosfaltan43 to #yosoyl32, Mexican fashion avoids controversial issues. In the impossibility of articulating its own concepts, it looks at distant mirages (from Marie Antoinette to the Bauhaus). But never researches the Estridentismo, the Contemporaries, the Antonieta Rivas Mercado, the Lupe Marín, the Kolontai... Nahui Ollin. Does not seek a Valdiosera - the pioneer - as a continuous inspiration and reference.

And of course NEVER takes the 'muertas de Juárez', the ghosts of the disappeared, the maquila scandal, the terrain of inequality:

'Las Rodarte, went on a trip to Ciudad Juárez; at dawn, the mist, and the maquila women leaving to work in the middle of the night, led them to make a collection with the idea of sleepwalkers' ...

The ghostly models look like Catrina skulls. Trope that, from video games to animated films, is lost in the fascination FOR THE FASCINATION of Mexicans with death.

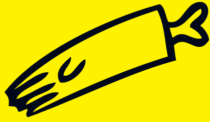
'White dresses reminiscent of quinceañera parties, the cadence of the bride, and if you want to see it through a truly dark glass, the ghost of the victims of the wars of the Juárez cartel ...'

The Mulleavy sisters did not study fashion, one made art history, the other English and with their Mexican roots used their mother's last name as a brand: Rodarte ...

Disruptive, they chose a strange subject ... and at that moment they set on fire the Mexican press that took flight: that if it was a disrespect to the maquiladoras, and for a climax 'That it was a mockery to the muertas de Juarez'! ...

Then the case went into the Human Rights Commission of Mexico city and "forced" Rodarte to apologize and contribute money to a fund for victims.

Or maybe the protest is because someone from the outside considers that these issues are transcendent?



pages 22 -23

Inspiración o plagio.

Los mexicanos buscan indemnización por una copia que hizo una diseñadora francesa.

In June of 2015, the indigenous community of Tlahuitoltepec, demanded Isabel Marant in court accusing her of plagiarism.

An embroidered blouse inspired by a traditional piece, within a collection presenting a set of Latin American references on each garment. With a great objection: inspiration, as appropriation is a standard procedure in the fashion and art processes of the world. When a Mexican designer takes inspiration, application or detail from a traditional garment nobody protests, but in this case it seems that the 'doer being a foreigner' is the real issue.

And in the 'Isabel Marant vs. deep Mexico' case the conflict resides in the idea of plagiarism. But, from what is learned in schools, Mexican fashion is used to 'appropriation' as a sole creative strategy.

The question arising is if we build a wall where we only recycle the past because 'it's ours', how we can innovate.

Serious Mexican brands like Lidya Lavín have taken the idea of tradition to rethink a contemporary design, but with roots. Made with seriousness and social commitment uniting production, knowledge of crafts techniques and fair trade.

Lydia Lavín is not only a designer but has been also a promoter of fashion education at the Universidad Iberoamericana's design careers. As a brand it focuses on the cultural and textile wealth of Mexico. From its creation in 2005, the brand has collaborated with Mexican artisans.
Since Ramón Valdiosera raised the question of a Mexican fashion with mexican roots, a long list of creators from Josefa to Carla Fernández has been walking that road ending in a crossroad: to create from tradition, or from innovation... to create from the past to make hommage to kitsch taste, without taking into account the needs and expectations of the mass market in Mexico, beyond the 'folklorismos' that are sought from abroad looking at Mexico. Or do something different...

Nowadays, with another perspective, Chris Cruz's Sacrifice brand articulates street protests creating a contemporary icon: The mourning Mexico's flag, not green, white and red, but black on black. The ability to interpret street zeitgeist - the spirit of the time - achieves what fashion would always have to do, making the feeling felt in the nation portable and tangible. A relationship as important as the '68 and the shirts of Che Guevara. But he designs for a Mexico, not idyllic, not perfect: realism / opportunity.

The 'author's fashion' should be a social commentary and a mirror of reality if it is intended to respond to 'fast fashion' and leave a mark on a major imaginary. When only sewing is taught at schools, a vacuum is created that seeks to be filled with 'something'. In the absence of concepts, the idea of a glorious, untouchable past, knowable through craftsmanship, creates a perpetual motion machine that believes the answer lies in a fake 'identity'. Then the past of Mexico must create its present: What Mexico was ... will create what Mexico should be.
The great misunderstanding is that in Mexican fashion there are no sources, but it turns out that there are, only they remain unkown.



page 30

Ancient Mexican Clothing.

Auguste Racinet was a French scholar who in 1876, published 'Le costume historique'. The nineteenth was the century of great conquests, that colonial spirit seeked the exoticism of distant peoples to find in their rarities reasons for enhancement of the civilized ones & the barbarism of others.

In Mexico during the same century, the stories of travelers like Mme. Calderón de la Barca, or Alexander Von Humboldt left a narrative record, and led to cartographic compendiums, which also contained descriptions and engravings that sought to classify taxonomically all orders from animals to clothing.

Thus, the Italian Claudio Linati published in 1828 'Costumes civils, militaires et religieux du Mexique' (p. 102-103) and the German Carl Nebel in 1836, 'Voyage pittoresque et archéologique dans la partie la plus intéressante du Méxique' (107-110), with a prologue by Humboldt.

Later appeared the work of chroniclers and historians as Antonio García Cubas with the 'Atlas picturesque and historical of the United States Mexicanos' of 1885 (66,70-71), or Antonio Peñafiel with his 'Mexican Old Clothing Dresses Warrior and Civil of the Ancient Mexicans' of 1903 (27-29).

The look behind these documents is not the perspective we currently have. After the conquest, all vestiges of the past were buried, what little survived was the mortar of a cultural syncretism where the culture of the vanquished was not seen with any value.

In 1915 the painter Saturnino Herran unveiled 'Our Gods' (page 28), a monumental painting showing an image that even today seems strange: young Indians of an idealized perfect beauty paying tribute to a god half Coatlicue, half Christ.

Raising an unresolved preoccupation of the Porfirist regime -mexican remix of the Victorian era-, a patriotic image moving away from the neoclassical ideal tuned in the Greco-Roman, turning our eyes towards the construction of 'ours' which would be one of the great pursuits of mexican post-revolution. The construction of 'the national' in an epic that sought to delimit otherness from the definition of the proper. If we were 'European', then the 'Mexican' was like something to hide: a family history that we all know but do not want to repeat. If we were Mexicans, then to create neo-Aztec styles, to exalt the bronze race, to rewrite the 'Ulises' as 'Criollo', a new identity motto.

The entire twentieth century was a zigzag defining the history of Mexican art: bouncing between nationalism and world styles. A discussion that began in high culture but which will be the subject of the pioneers Valdiosera, Valdés Peza and Chatillon, when they discussed whether a nationalist fashion was preferable, or one based on the patterns of France or the United States.

There are lively discussions in fashion: a young designer, Rodrigo de Noriega, in a Pride parade, wears a traditional Triqui dress, which looks modern, contemporary and not at all out of place. Does it claim gender or ethnicity? Modernity or a new tradition?



pages 33-35

Mexican footwear

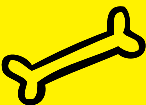
(facsimilar book) Gabriel Fernández Ledesma / Calzado Mexicano - Cactlis y Huaraches / 1930 / colección trendo.mx

'Evidently Mexican traditional footwear exists, which since ancient times appears in various monuments: Mayan frescoes, sculptures and pottery, in the Indian codex and stories of Spanish missionaries. But the Mexican footwear (cactli) is of singular importance if one understands its social significance: it denoted a rank, a hierarchy inaccessible to those who did not have enough merit to appear among the knights. The low peasants, the macehuales, walked barefoot and could not acquire the privilege of using cactlis if it did not conquer them by acts of nobility or heroism in the war.
'The use of clothing and the cacles, established an immense separation between the knights and macehuales, between the nobility and the plain. According to Tezozomoc, the former could bring long, gallant, carved blankets. And the low macehuales had to bring the short, plain blankets of heavy cotton or henequen. No common Indians were to bring cacles or coats, even if they were brave, on pain of being therefore stoned and dead.

'The cactli, sandal or shoe of the Indian, says Peñafiel, reveals the back of the foot and covers the heel; (I-II-III-IV-V-VI-VII), were made of tiger leather. The soles of deer leather of several folds and stitched like the spaniard espadrilles. The cacles called pozolcactli were made of fox fur (pozotli) and were used by the merchants. They were also adorned with paintings or mythological figures.
Mexicans came to create an important variety of footwear both in the application of materials, as in their ornamentation and in the particular and very remarkable form of knots and interlacings. Not only on the spotted skin of the ocelot, the leopard, and the fox, but the fine feathers of birds like quetzals garments were in blankets, applied to the cactlis of nobility and kings. There are also cozehuatl, a kind of leather leggings or half boots covered with gold leaflets arranged in the form of snake scales. Regarding this, Father Sahagun says: 'They used to bring on their legs, from the knee down, very fine gold greaves'.

These cozehuatl were exclusive of the warriors and their function corresponded to the calzas used by the assyrian soldiers, hunters of beasts from a car, to protect themselves. Always used in relation to the cactli and sometimes formed their prolongation or part of it'.

page 36



3 Perspectives

'The canvas of Tlaxcalla' [...] is not properly a canvas. It is a folio volume of sixty-seven centimeters wide by forty-seven high, composed of eighty-six leaves ...

This is this is the style written in 'Ancient Clothing' (27-29) by the voice of Peñafiel, long lists that does not make interpretations, but only describes. It is read as one of the lists of tribute registered in the codices.

His approach is both historical and epic in the description of characters, but without becoming anthropological. In 200 pages, the book is divided into text, section of lithographs in color and ends with monochrome impressions of the prehispanic royalty.

Gabriel Fernández Ledesma in his Mexican Footwear Cactus and Huaraches of 1930, edited by the Secretary of Public Education (33-35) contrasts with other cultures, takes words from the popular imagination in a colophon of popular sayings about the shoe, interprets the Prehispanic pieces in drawings and engravings, making it a pleasant and even fun to read document.

Three decades separate both studies, but they could not be more different: one is the scientific point of view of the Porfiriato and the second, although being published after the resignation of Jose Vasconcelos to the SEP in 1924, is part of a review of Mexico's past to the motto 'For my race the spirit will speak'. In which, of course the traditional dress was also being revalued.
The book concludes:
'The bibliography on this subject is so scarce, that very few notes on Mexican footwear have been consulted. On the other hand, the nature of this small monograph tends only to show the transformation of Mexican footwear aesthetics, drawing especially on graphic comparisons from the pre-Cortesian era to the present day and without the existence of a desire to make history'.

A century later Carla Fernández is a fashion designer who comes from a different culture than other designers: her father was in charge of INAH's -National Institute of Anthropology- museums and traveling together, from the time she was a child she recognized the indigenous clothes of each area, then buy it and mix it with her contemporary clothes. 'Of these two fashions, the indigenous and the western, I created my own style,' she says in 'The Manual of the Barefoot Designer', her book of 2013. (37)

Her major in Art History, allowed her to mix artistic references and understand the strategies of the art world to construct imaginaries for her collections, and to make The Designer Barefoot: a manual to unlearn in 2016, a fashion show at the Jumex Museum in Mexico City.

Carla reminds us that in Mexico the western patronage is taught and then traditional details are put over, but the point is that indigenous clothing is different as a concept.

page 41



Tailored vs. geometric

Differences between mexican clothing and occidental tayloring:

One measured in fingers, quarts & elbows the other in centimeters, inches and yards.
The silhouette is one is geometric in the other fitted to the body
One Is measured with yarns, other with rules
One made seams by hand the other with machines
The cut of patterns in one is straight in the other the cut is curved
One closes the clothes with knots and girdles and the other with buttons and zippers
To cut fabric, one by tears or not cut at all, the other use scissors

The Manual (37) also includes Carla's experience in other fashion initiatives such as the Flora Workshop.
Based on a conceptual scheme, it determines which are the coordinates between the industrial processes, the crafts and properly the terrain of the design.

The labyrinth in which everyone gets lost confusing artisan products with mere craftsmanship is resolved by keeping in mind that the creation of western fashion and the indigenous garment belongs to different categories. By understanding the strategies of the art world, the design processes as a discipline and -on top of- the reality of the fashion business ... Carla Fernández is a brand with an imaginary, a concept and feet on the ground.

When at the beginning of XXth century Madeleine Vionnet revolutionized fashion -even more than Poiret and Chanel-, it was because she made it without Orientalist inspirations, nor outbursts of modern woman: she researched the form.
Starting from the golden ratio and the constructive vocabulary of the Greek clothes, she arrived at a geometric approach that was the basis of its design, where neither the figurine nor eventually the modeling -which she invented- were the objective: made a golden rule calculus and solved the geometry in the plane of each garment, without basic patronage, each dress an innovative solution by itself.

Understanding the construction of a garment such as volume and shape, poses a complex design exercise. In Mexico a monolithic basic patterning is taught, and even adjust avant-garde creations to it.
In the pre-Hispanic world clothing was based on a 'square root'.
Current words do not even apply. Skirt, trousers, shirt and shoe have no equivalent or echo in quexquemetl, amarre or cactli.
Furthermore, the concept of fashion did not exist:
'Among the ancient Mexicans, all were apparently dressed in the same garments. Clothing was not a transitory phenomenon and had a single function: to fix the identity of the individual and thus to declare their ethnic affiliation'.

Without fashion, they had attire. A confusion in the studies of the dress in Mexico, is that they see in the evidences -dressings-, nonexistent meanings - fashion.

The pioneer of fashion in Mexico, in design and research was:

page 42



Ramón Valdiosera Berman

In the 40's he was the first to consider that in order to articulate a language through dress it was required a Mexican fashion made with Mexican materials. He also did some twenty books.

In 1992 he published 3000 years of Mexican fashion (43). Book finished in June 1969, but published 23 years later until the National Chamber of Garment Industry took the project with a print run of 4000 copies.
In 312 pages, it is the fundational text about the subject in Mexico. In an echo to the autobiographies of Poiret, Schiaparelli and Dior, Valdiosera describes from his experience the world of fashion he lived, along with an exhaustive anthropological account where the uses and customs at times are confused with fashion. What is fashion? What is history? How do they build identity together? -that will be the complete theme of Mexican fashion.

For those looking in their pages for all the answers, it is a monograph of Master Valdiosera and his vision about the past of Mexico. It organizes information according to ethnic origin: Teotihuacan, Zapotec, Mayan, Toltec, Aztec.
It goes on through the history of Mexico, colony, revolution, returning to the perspective of the present indigenous world (44-45) And it focuses mainly on his own history, his own promise and the forcefulness of its weight.

That universe of pre-Hispanic clothing that so fascinated Valdiosera (to the point of leading him to open a fleeting museum of fashion), did not survive the conquest, neither in the dress of the colony nor in that of the Porfiriato. But that Mexican imaginary fascinating Don Ramón, has not been rethought in the collections of the XXI century. Now we have fluid identities, in constant transformation ... but unaware of their past.

In this legacy there are detailed drawings that give an account of the depth of his investigations - others of his books are about Bonampak, or Quetzaltcoatl - which allows his texts to be exhaustive in his anthropological knowledge, aesthetically complex and totalizing in the approach that summon from the hairstyle, to the headdresses and the even the uses of each one of Mexican regions.



page 44-45

3000 years of Mexican fashion
ramón valdiosera berman / 3000 años de moda mexicana / 1992 / biblioteca trendo.mx (facsimilar book)

'We brought a thousand images to the studio. To capture the style and fashion of the Mexican. Valdiosera made thousands of sketches. Weavers, fruit sellers, peasants, artisans, birdwatchers, hatsellers, all the immense range of characters from a Mexico that is escaping from the heart and the landscape, were imprisoned by the author's pencil in this work. With this documentation, several books could be formed'.



page 46

In the navel of the moon:

That's what the name 'Mexico' means.
In the tradition fabrics should never be cut because the 'thread of life' would be cut off. This idea was shared by ancient pre-hispanic cultures & the Greeks, -not the only coincidence, helenic peoples used clamide as a garment hung from a shoulder, and here in Mexico the equivalent was the tilma. The base of the dress was simple for both men and women. Few pieces, sometimes very ornate. The material was cotton, henequen or maguey fiber.

Their 'basics' were:
Tilmatli: Synonym ayatl, was adapted to spanish language both as tilma and ayate. It was a piece of square fabric made of cotton or raw blanket ixtle. So big as to cover the man's body but leaving enough uncovered skin. It was multipurpose, shelter at night, or used to wrap and carry things. In the upper classes: tlamachayatl, colored and with feather enhancement unlike the daily tilma that was raw manta -crude cotton fabric.

Maxtlatl: The man wore a loincloth, and on top of that, the tilmatli. It protected the sex, but giving freedom to the limbs. It was a cloth that passed between the legs and out the front, dropping forward and back the ends, which were embroidered. In 1500 it was used by all the people of Mexico, except for the Tarascos, which seemed scandalous to the inhabitants of the center. This garment came from the Olmecs and the Maya, was very old in its origin. In the folds were kept small objects and on their tips could collect fruits and seeds. When a rope was needed, it could be removed and used to climb rocks, was used even to sleep. It was an extraordinarily versatile garment.

Quechquemitl: Rectangular piece that is armed to hang from the shoulders hanging on the chest. After the conquest was generalized between the costumes of the indigenous peoples. It has a parallel with the 'stola' that was used in Byzantium and evolved to become the top piece of Western clothing.

Huipil: The huipil was the same, a rectangular piece open at the neck as a blouse and variable length, which can also be used with a tied skirt.
It could be used as a small tent sticking its arms into this wide dress and being protected from the mosquitoes, the heat and the cold. In some regions it was the quechquemitl substitute of the huipil and in others only the noble woman used it like distinctive of their rank. It had various forms of use, varying how to fold it and also served to carry the child. The lower classes had the bust uncovered.

Cueitl: Fabric skirt wrapped around the lower part of the body and that fell below the calf, fixed to the waist by an embroidered girdle.

page 48



Tlapalli & xóchitl: dyes

Tlapalli was the name of color in general, although particularly referred to red. Curiously, the term 'tlapalería', is a voice that comes from the Nahuatl, and alludes to the place to sell 'colors' for the house or to dye the clothes, would be something like the 'coloreria' :D.

The cochinilla bean of a deep red color was cultivated on the nopal, being one of the main sources to dye.

The inks of vegetal origin were abundant: the indigo blue was produced of the plant siuhquilitl and of the flowers matlalli, tezotli and oxoxouic where the whole range of blue was made from. The orange came from the seed achiyotl. The red came out of the 'palo del Brazil'. The yellow came from a parasite of the trees, the zacatlaxcalli. Black was made of pine soot.

Iron oxide was wide used, the Maya discovered a blue pigment, also used a lot on sculptures taken from the Beidelite mineral.
Fray Bernardino de Sahagún tells of the profession of dyers and how the colors in the market were sold in large baskets.

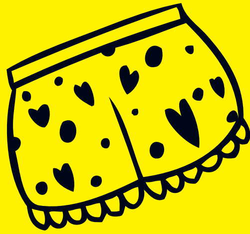
In Mexico the meaning of the colors was extremely rich, for example:
Blue meant water, it was the color of Tlaloc and the deities of the waters. The yellow indicated the light of the stars.
Black was associated with darkness, nighttime and the god Tezcatlipoca.
Red, with fire, sacrifice, because it is the color of blood, the precious liquid that fed the gods.
And with Xipetotec the lord of the skinned - symbolizing the change of seasons - The priests of this god, took the skin of the captives and used it as a perfect fitted garment that gave them the appearance of the dead.

In the XXth century a Japanese researcher Yoshiko Shirata dedicated her life to investigate the way in which the pre-Hispanics performed the dyeing processes and experimentally reconstructed them to perform stained fabrics with flowers and Mexican fruits.

Carefully polished obsidian mirrors, as well as creams and perfumes were on the female boudoir. The women whose natural color was a tanned brown, liked to have a light yellow tint as seen in the codices. They did it with a paste called axin and with the tecozauitl, a yellow land that was so coveted that some provinces gave it to pay tribute.
To paint the teeth of black-dark red with gravel was a custom extended between the huastecas, the otomíes and some women of Tenochtitlan that had been fond to do it. It was customary to smoke themselves with some smelling fumes and to chew the 'tzictli' to clean the teeth, which for the greater elegance was made by bumping the teeth as castanets. At the time of the conquest, the hair was lifted on the head with two buds similar to small horns, or on informal occasions loose on the shoulders for greater beauty.

The feminine appearance in Mexico-Tenochtitlán reacted with sobriety against the barbaric ornamentation that reigned in the neighboring towns.

In Tenochtitlán it was considered that the woman of the ruling class had only to be neat to assert her charms: 'So that your husband does not hate you, dress & clean yourself, and wash your clothes'.



page 50

Covarrubias and tehuanas

The Mexican dress later evolved into a multitude of local versions. As an example in the area of the Isthmus of Tehuantepec appears the costume of Tehuana. It is an adapted version of the ancient huipil, a rectangle cut in half, sewn to the sides leaving only the exact size for the user's arms to pass. It is used with lining, and until the first half of the twentieth century was maintained within a predetermined color: dark purple, red, scarlet, vermilion.

Seldom stamped, in some cases with dots, and sometimes with patterns of leaves and flowers. Surprisingly, the materials of the Huipiles came from England -from Manchester textiles-, made especially for sale in the Isthmus and nowhere else. But the market was later taken over by Mexican manufacturers, even though the old Tehuanas still look for the good, traditional cottons from Manchester.

All this according to Miguel Covarrubias who published in 1946, in English, the book 'Mexico South, the Isthmus of Tehuantepec' (52-55)
Covarrubias was a creator interested in Mexican culture. Extraordinary cartoonist and draughtsman, which led him to illustrate the covers and interiors of the Vanity Fair in the first half of the XXth. Universal Mexican, his gaze saw from the island of Bali, the Mexican cultures, to the most chic and cosmopolitan scenes of his world.

'Impossible conversations' were cartoons in which he gathers onto the same picture an Elsa Schiaparelli talking with Stalin. To the rhythm of jazz he drew the Harlem of his time - the same as another protagonist of this story, the Chango Garcia Cabral-.

Watching the evolution of the tehuana suit (p.54), we can see how the Quixquemetl and the Huipil 'the eternal female of pre-Hispanic Mexico' (A) and (B) are seen from the pre-Hispanic figures. In engravings of the early XIX century, the bust is uncovered, although with the veiled head (C), then is transformed into the 'huipil de tapar' zoque (D) and of this became (E) the commercial version made of machine-made lace . And with varied versions of the headdress, until taking the classic form of the $ 10 peso bill of the mid-twentieth -that actually referred to a more primitive form of the headdress.

Covarrubias' perspective is necessary in contemporary Mexican fashion. If instead of pointing to folklorism -which in its ignorance takes literal elements form craft- we seek to establish lines of contact with the past, yes, but transforming it into a vision of design that at the same time understood the changes of the Mexican society updating the repertoire of garments, with echoes of the past, so that they were contemporary without being folkloric, then we would be initiating the way so that our fashion had a different and recognizable voice in the choir of the fashionista World.

Per example in the work of Cristóbal Balenciaga that thing happens continuously. If one sees it as high fashion, the constructive miracles, the explorations of the form, the sober coloring, are in tune and respond to what was done at the time of Dior's 'the new look'.
But to us as Mexicans surprises us that

when deepening, his garments are a translation of the Spanish pictorial repertoire of Goya to Picasso. Always presenting the flamenco and winks to religious costumes. But even when is 'so Spanish', does not feel neither folkloric nor ethnic: his language is universal.

Now, 70 years after the perspective of 'Mexico South' (52. 55) an anthropological image of the nineteen sixties surprises in its modernity: a young Huichol contemplates us, challenging to make use of his clothes as a proposal of streetwear for the XXI century. (56)



page 59

Second Part the viceroyalty

Introduction

'The rich empire of Moteczuma fell, wounded by the sword of an audacious and intelligent adventurer'... This is how the narrative of the conquest begins in a page like this, in the volume of 'Mexico through the Ages' of 1884. The tone tells the story, but unlike the voice of the twentieth century, sang from the vision of the winners.
'Chronicle of Destruction', 'Heart of Green Stone', 'Chronicle of the conquest of New Spain' in any version what is told is an encounter, only equivalent to what we would have with an extraterrestrial civilization: all assumptions were left Overflowing.

The Aztec civilization had subjected all the surrounding towns, and there was no concept of Mexico-nation as we now understand it. Not only the clash of the Spaniards, but the sum of unimaginable weapons, horses (incomprehensible), diseases against which no one had resistance and a new religion caused the fall and a paradigm shift that happened in all orders.

Previous nudity was forbidden, and those among the upper classes who had the chance to survive, mingled with the conquerors not only in the flesh, but in all their customs.
In architecture was called 'tequitqui', in the gastronomy came the birds, the pig, the cattle ... and the fat ... giving rise to a new kitchen.
In clothing, the pieces of the pre-Hispanic world merged into a cultural syncretism, which soon gave way to a hierarchical system of caste in which, the higher one was, the more European the costume.

Faced with new beliefs, literally the pre-Hispanic world was buried. But hidden there, he continued to live and color New Spain.



page 61

A miracle was necessary to merge both cultures in a harmonious way.

The pre-Hispanic world was accustomed to omens, signs and prophecies, every thing and color had meaning, flowers dyed their fabrics. They had as sacred the territory of Tepeyac, and a great respect for the female figure in his pantheon of gods.

- Cultural sincretism: The Indian Juan Diego dressed in a traditional tilma, finds an image of divine inspiration that carries Western clothing, the tunic recalls a dalmatic with an opening eroded with ermine.
The image of the Virgin carries a garment that is not the rigid clothes worn by the rich women at that time in the colony. A tunic. Happy event, because that simplicity gave her the possibility of wearing it timeless for centuries to come.

The creation of the symbol became synonymous with Mexico, accompanying the heroic deeds, as a banner and blazon in all struggles from independence to revolution.

Although the concept of the Mexican is hardly developed at that moment, the Guadalupe cult becomes one of its bases, and the sacred image causes appropriations to the world of Chicanos, Cholos and Mexican-Americans of the 21st century.
Their mestizo features, presage the mixture, which will be the source of where the Mexican nation will be born.

page 64

Of Spanish and Indian: mestizo

When the conquest was completed in 1521 a handful of Spaniards were at the head of a gigantic colony. Many without hesitation, they espouse the natives.

In Spain there were women who, also without any hesitation, sold everything they owned and made their last investment in elegant wardrobes to go to sea and seek a husband in other lands.

By the seventeenth century these mixtures had created a multitude of racial possibilities of social positioning, in perfectly established castes that were expected to be identifiable through clothing and within a super stratified society delimited the possibilities of promotion, property and position within the viceregal society.

In 1959, in an INAH collection, Abelardo Carrillo y Gariel published 'El vestido en la Nueva España' (58), where he comments:

'No mestizo, mulatto or black woman is dressed as an Indian, not a Spaniard, under penalty of being prey.

Give him a hundred lashes publicly in the streets and pay a penalty of four reales to the sheriff who arrests him and this is understood with the mestizas, with the mulattas and black women who were married to Indians'.

According to Humboldt's calculations, of a total mexican population of almost 5 million people, half were Indians.

Of mixed breeds there were 1,231,000. And of the rest, 1 million whites of which only 70,000 were born in Europe. But that small percentage was the one that dominated as far as all customs of all type were adopted.

The natives continued to use quexquemitl and huipil. His men in a white blanket, the ixtle tilma, and a hairstyle that earned them the nickname 'peeled': a monk's collar with two long locks over his ears. Both made and wore huaraches. The ordinances allowed Indian, Spaniards and mestizos to work as weavers, but not to black people.

'Pachucos, cholos and chundos, chichinflas and Malafachas, here the chompiras laugh and dance the tibiri tabara' says the lyrics of Café Tacuba in the chorus of their 'Chilanga Banda', but that variety of characters is what was lived in the colony:

Ahí te estas = no te entiendo + india /
Albino = español + morisca /
Castizo = mestizo con blanca /
Coyote = indio + mestiza /
Chino = lobo + negra /
Cholo = mestizo + india /
Jarocho = negro + india /
Lobo = indio + negra /
Mestizo = blanco + india /
Morisco = blanco + mulata /
Mulato = blanco + negra /
No te entiendo = tente en el aire con mulata /
Sambaigo = cambujo + india /
Tente en el aire = cambujo + india /
Zambo = indio + negra ....
Citing up to 60 possible combinations.

Who understands Mexican society even today, knows it is not racist but deeply classist... In the colony, from the materials to the type of garment was a constant and ostensible announcement of class. Two centuries later and the situation is not different at all.

In the nineteenth century, Antonio García Cubas in his 'Picturesque and Historical Atlas of the United Mexican States' of 1885 (66) no longer speaks of castes, but 'the white race' dominates his illustrations up to the top. Around there are Tarascos, Tzotziles, Zoques, Zapotecs. It no longer says 'Indians' but 'Mexicans'. As the chart shows, at the end of the nineteenth century the country had 9 million people, of which only 2 were white and the rest indigenous and mestizo.

In 1994, the Mexican photographer Lourdes Almeida made the project of 'Portrait of Family, the Mexican Nation' (67). Images of all regions of the country capture families posing in their own way. The white families are the least, dressed in the Western style. Around Mennonites, Tarahumara, people from the north and south, urban and rural show the variety of clothes we wear Mexicans, not from the 'typical costume' but with the daily clothing that for them is not everyday folklore.

page 69

Creoles & Viceroys

In the colony those born in Spain were of first, and those born of Spaniards in Mexico were of second. The owners of that world, with all other castes below. In our cultural memory and everyday life of 21st century Mexico, the same reality is still present.

The Mexican identity that we have seen both in Lourdes Almeida and in Andonella, is always contrasted with Western identity and fashion. To explore our identities we resort to Frida's mustache print exotisms, away from our own -falsa- canteen camaraderie that makes us dream that we are characters from Mexican golden cinema. In contrast, television, large department stores and fashion editorial images present us with the image of an ideal Mexico-country populated by people who are "pretty, good, white and well behaved." (68)

But if the book of Almeida presented about 150 different forms of Mexican families, in the dress, the region and the customs ... then why in the fashion of author the repertoire is so limited that always refers to the more obvious ethnic groups, through the most boring basics, with an incomprehensible interest in making evening dresses embroidered more cheesy than quinceañera dress?

Because from the colony comes the patriarchal dictation that marks 'from above' as dressed 'decent people'.

In the world of the colony the Viceroys, coming from across the sea, imposed the pattern of European culture.

A panorama of rulers and notables throughout the history of the colony is what García Cubas presents us in the Picturesque Atlas (page 70-71).

There are only two women: Queen Isabella the Catholic (a), and Doña Marina 'La Malinche' (b). She is the only Mexican in the graph.

In the first lines conquerors, chroniclers and evangelizers. Christopher Columbus (c), Hernán Cortés (d), Bernal Díaz del Castillo (e). Born at the end of the fifteenth century, they wear the Renaissance clothes, the dalmatic - a kind of nightgown - with a vest and tights - the typical costume with which they paint Columbus in school prints. And warriors and priests represented in armor and religious robes.

On the left, from the first Virrey Dn Antonio de Mendoza (f), there are the gorges in the neck that grow in size until they become 'lechuguillas' completely covering the neck and burying the face. As is seen in the Marquis of Guadalcazar (g), Viceroy in the sixteenth century.

At the bottom of the column three viceroys: the Marquis of Mancera, Fray Payo de Rivera and the Marquis de la Laguna (h) coincide as the patrons who helped Sor Juana to establish himself as the tenth muse. That time coincides with France in the reign of Louis XIV, which is seen in the French-influenced hairstyles and neckties - rows and cravates - that become even more exaggerated in the column on the right, at the time of Louis XV and XVI. Until reaching the Count of Revillagigedo (i), at the time of the French revolution, omen of the changes to come.

The white wigs stop in Fernando VII (j) that looks with air to the style directory / Napoleonic; Arriving last reigning Spanish Dn Juan O'Donoju (k), the sideburns, the high collar and the coat of military court adorned with thread of gold and silver recalls the clothes that we have seen in the liberators from Simon Bolivar to Morelos, when in 1821, consummated independence.



page 72

Clio is the Muse of History

She advised Lydia Lavín to make a pause in her work as a designer and academic, and along with Gisela Balassa, she take the titanic task to create the 5 volumes of the 'Mexican Costume Museum' (73) in 2001. Covering from the Prehispanic world until the end of the twentieth century, it is a 'history of art' as it presents the garments and the artistic and cultural context of each era, in 80-page fascicles, totalizing around 400 pages of costume history in Mexico.

Those centuries of XVI, XVII and XVIII were the virreinato of the New Spain and the existence of the Baroque in the style and the thought, are the crucible where the Mexican identity was being forged as we now understand it.

'Baroque' was said in Portuguese to those pearls in a totally irregular form, and by extension the name was given to architecture, and even the language embodied in poetry full of puns, adornments and flourishes.

It was not only an artistic form charged per se. It was the way to express the role of man discovering a new world, to worship and serve God. The capitals of the viceroyalties became the centers of all intellectual activity, and life in them was imbued with erudition, ceremony, and artificiality.

As the ruffles bloom in the necks, the seventeenth century sees the decadence of the sober Spanish costume and is transformed with the luxury of the costumes of the French court. The ladies who arrived in New Spain were dressed in the 1500's clothing: the 'farthingale', a large skirt thanks to wicker structures that gave the sides a prominence, with a very tight torso, but the corset of the XIX century and its structure was not invented yet.

In the case of men, the medieval doublet - a kind of structured sack, special for the mounts and the battle - leaves aside to become the Levites with large fists and knee length, which in the upper classes is used curd of embroidery in threads of precious materials. In the Americas, given the abundance of silver, it is very common to see argentine applications in the fabrics of both sexes.

The Viceroy Antonio de Mendoza had authorized the son of Hernán Cortés to establish the cultivation of 100,000 mulberry trees in order to begin the breeding of the silkworm. Still, contact was maintained with Asia, through Manila, and visits of the 'Nao of China'.

With these materials, brocades of high quality were made in the loom. Lace, velvet, furs and chamois, which begin to sell in the 'Parian' of the Plaza Mayor of the great city of Mexico.



page 77

It is difficult to imagine that between us in the future, and the pre-Hispanic world, existed a universe in itself, the colony. Octavio Paz in 'Las trampas de la fe' - a tale of the time and biography of Sor Juana - tells us:

"The viceroyal court exercised a dual civilizing mission: it transmitted to the New Spain society the models of the European aristocratic culture and proposed to the collective imitation a type of sociability different from those offered by the other two great New Spain institutions, the Church and the University. In front of these the court represented a way of life more aesthetic and vital".

Around 1680, the 28th Viceroy Marquis de la Laguna 'ruled the kingdom at the head of a court which, perhaps with all conscience, imitated the debauchery, fascination and immorality of the contemporary Versailles of Louis XIV'.

In the narrative of cinema and literature characters of all kinds from Vatel the perfect gourmet, Jean-Baptiste Lully the great baroque musician to Moliére the genius, appear creating aesthetic experiences for the French court. In New Spain the same sensations were sought:

Sor Juana provided the delights of the word while advising in the creation of triumphal arches, floral games and accompaniments for her majesties the viceroys.

There was a constant commerce of both goods and information with the Metropolis so that the French influence fashions felt their dictate over Mexico City fashion in few months and then was spilled all over the colony.

For the seventeenth century, the New Spain knights wore:

The doublet -that was originally a garment to mount. A jacket fitted either with loose sleeves or with 'sleeves to assemble' - opened to be closed with ribbons.

The Coleto or Cuera - that was the same doublet but with a sewn skirt that did not go further the hip. Underneath it, you could see the ...

Shorts - the equivalent of the culotte, which covered the upper thighs and which were complemented by silk or wool stockings.

The Ropón or Sayo - that was a loose layer that was used over the other dresses.

The 'gorguera' - (ruff) appears in the XVI and reaches its apogee in the XVII. Increasingly it is outlawed in 1623 and becomes the 'golilla' that is like a raised neck in the back of the nape.

Linen, silk, apricot and suede were materials for specialty, which for formal ceremonies were made in satin with taffeta linings always of different color, since often jubones, ponchos and panties were stabbed to reveal the fabric of the lining. This slashed, also called Walon style, arose after a battle in which shredded clothing became a symbol of style, and reproduced from the shoulders and torsos to the shoes.



page 78-79

EL TRAJE Y EL ADORNO EN MÉXICO
JOSÉ R. BENITEZ / MÉXICO 1946 / TRENDO.MX LIBRARY (FACSIMILAR BOOK)

...Group appearing in a painting that represents the translation of the Nazarene to the Church of Jesus of the City of Mexico the 3 of March of 1663, they use clothing of the immediate century.

Group consisting of two of the personages that appear in the previous painting, that dress appropriate clothes to the year of 1663.

On other hand, in the XVII century, with the advent of an ethnic element that already felt a love for the cradle, in which the middle class known as 'Creole' came to form, social concepts began to change somewhat in. And consequently, the wardrobe, without leaving to be essentially Spanish, took its own modalities, new guidelines, which served as a wedge between the baroque style so accentuated at the beginning of the seventeenth century - a feeling of the past - and the 'churriguerismo' which at the end of the six hundreds characterized the unmistakable fashion of his time.

At the beginning of the seventeenth century, the typical dress of the man was the tight 'jubončillo' or 'ropilla' buttoned in the front, with wrists closed in the fist. Above the garment came out the neck, sometimes upwards and sometimes downwards.

The 'justillo' was girded with a belt that carried the 'escarcela' -wipe- to the right. Short trousers, silk or dark velvet with white stabbing.

The silk stockings that had returned to fashion instead of wool. The 'ferrezuelo' with collar turned and in the outline eight parallel white ribbons. The long layer of cloth, reminiscent of...

(under gravure) Don Diego Vargas Calderón, prosecutor of the royal audience of Guadalajara in New Galicia and its ordinary mayor, wearing the neck in which the 'golilla' has transformed. Second half of XVII. The original in the National History Museum.

page 80 & 81

INDUMENTARIA MEXICANA
MARÍA DOLORES MORALES / ARTES DE MÉXICO / No. 77 - 78 / 1966 / TRENDO.MX LIBRARY (FACSIMILAR BOOK)

'The sleeves below the elbow are turned to form broad cuffs that let rows of lace fall, then the cuff disappears, shortening the sleeve but retaining its lace trim. At the end of the century the edges of necklines and sleeves and the center of the bodice were enriched with trimmings and adornments in the form of bandages. It was generalized in this period to wear hanging from the waist to the front a pair of watches, influence of the manly outfit.

The skirts are shortened until you can see the footwear, its flight is greater and gradually expand from the hips to pass from the cone to the figure of dome with which is reached until the end of the XVIII. In 1787 appears the casket or the masculine coat adapted to informal feminine costumes. The bodice was shaped like a ruffle in the back, and the less hollowed skirt fell in straight folds (Figure 11). This 'casaquilla' later reaches its appearance in the bodice of ceremony without rib, adjusted to the waist by a belt.

The hairstyle at the beginning affected the conical figure with the help of ribbons and it is until the middle of the xviii when it reduces its height collecting the hair behind the head in a rolled braid. At the beginning of the last third of the seven hundred, the hair is joined at the nape of the neck, wearing combs of different shapes. Two decades before the end of the century began to raise the hair on the forehead forming an arch that increases in volume to hide the ears under hair bulging with hairpieces. At the beginning of this hairstyle, there is some small ornament, and then it becomes more like flower bouquets or some artificial butterfly.

As for jewelry, the use of pearl predominates. Was dressed in chokers, earrings and bracelets. It was characteristic that the ladies were adorned with moles of tortoiseshell or silk adhered with glue on the cheeks and the temples.

When lifting the skirt and show off the footwear, it was decorated with embroidery or buckles of gold and silver. The shoes for luxury suits were made in rich fabrics but never in leather. As an informal dress, among the ladies of the rank, besides the 'casaquín' -jacket-, a loose bodice of short sleeves, of various cloths to the slightly amplious skirt, and the 'matilla' blanket covering the head and shoulders.

The rebozo was used by all social classes but mainly by lesser peoples. Was made in several places of the country, the common ones were made with a fabric called 'paño de rebozo'. But they were extremely fine.

The indigenous woman wore the large already evolved 'huipil', with a circular collar and sleeves to the elbow, the skirt with the shape of a cylinder, and a folded canvas was worn over the head (Figure 12). The woman of indigenous descent incorporated into urban life shows a suit very similar to that described: the shirt adorned by colored ribbons, in the center of the chest, neck and at the end of the sleeves, also adorned with earrings and pearl necklaces.

The garments characteristic of the manly fashion of the XVIII century are:

The coat, a garment that covered from the shoulders to the knees, was worn on top of the 'chupa'; and the latter that covered the trunk of the body and that, when reduced becomes the vest. Both garments were usually embroidered with threads of gold and silver or with colored silks on fine fabrics. The buttons, sometimes of gold, were used to decorate cuffs and pockets, and in long series in the jackets. The black - so in fashion in the XVI and XVII - begins to be supplied by the colors of the French fashion.

For a little more than the first quarter of the XVII century, the straight-edged jacket is worn at the waist and slightly open at the bottom where it barely shows the 'chupa'. The cuffs turned over the sleeves are growing. In 1724 they only reach the elbow and by 1730 cover part of the arm. The tie was completely visible (Figure 13).

Subsequently, by the influence of French fashion, the jacket is hardened by paper or animal hair that makes it pops up from the hips, leaving one open to the front in the form of an inverted V that allowed a rich 'chupa' on glittery fabrics. The cuffs that tend to become smaller are usually made with the same kind of fabric used for the 'chupa', under which the tie is concealed. (Figure 14). Continuing its evolution in a decreasing sense, the 'chupa' was gradually reduced to become a waistcoat that by 1780 presents a frank curve in its...

page 82

...tips, and that it was made with the same cloth of the 'casaca' -coat. The height of the cuffs is extended by contrasting with the narrow sleeves.'

From Europe, the fall of the Bourbon kings, marks a change of narrative in the world: the passage from the Baroque of the eighteenth century to the triumph of the Neoclassical in the nineteenth century. In our mental image is at one side the scene with Marie Antoinette, causing echoes in the New Spain but without the full ornamental ends of the French court neither in hairstyles nor in volumes. And in another facet the images of the Jane Austin's novels -sense & sensibility- of the other side of the century, the dawn of the eight hundreds.

Rose Bertin reigned in Paris as the first fashion designer in history, but in these lands, the styles were copied without any identifiable creator of fashion or a concept of "mode" as sophisticated as in France. Here, more than a way of life, fashion was a class adjective .

In 1966 in its first editorial run, the magazine Artes de México published a volume dedicated to the Mexican dress & clothing. Although it contains images such as those on page 80-81, it was more of an anthropological account with an emphasis on ethnographic photography. It goes deep into the pre-Hispanic and stops at the end of the 18th century.

The very body of the text warns that if one wants to go deeper, one must refer to the volume of Prof. Abelardo Carrillo y Gariel 'el traje en la nueva españa' edited by inah in 1959 (58). This author coming from the world of the arts, paradoxically being rich in historical and cultural data is laconic in the images and borders the subject of clothing without it really being the axis.

A few years earlier, in 1946, José R Benítez of Jalisco had published 'el traje y el adorno en méxico' (78-79), which speaks exclusively of clothing, always referring to paintings, prints and even photographs of the times in question. It is a remarkable iconographic investigation, from direct sources in archives and museums. According to him, the fashion had fallen into a notable decline by the end of the nineteenth century and thus, spanning from 1500, his book stopped just in 1910.

page 84

TYPICALLY MEXICAN CLOTHES
Celanese Mexicana. Mayo 1950

From the sixteenth century onwards, Mexico manufactured rich fabrics that included the most varied classes, from the simple cotton blanket to the finest apricots and velvets. At that time two typically Mexican garments appeared, preserved today with the most varied fabrics ... the sarape and rebozo, which nowadays are used by all our social classes equally.

At the same time, the sarape and rebozo, like all garments, have replaced the use of fabrics and primitive weavings with the finest elaborations made in Mexico, by means of the use of the acetate thread that, for Benefit of the Mexican Economy, we have been producing since 1947.

page 87

Independence of Mexico

The Independence of Mexico was the consequence of a political and social process resolved by means of the arms, that put an end to the Spanish dominion in the territories of New Spain. The war for Mexican Independence had its antecedent in the invasion of France to Spain in 1808 and extended from the Cry of Dolores, the 16 of September of 1810, until the entrance of the Trigarante army to the City of Mexico, the 27 of September 1821.

In Europe at the time of the fall of the Bourbons, the customs and fashions that characterized the old regime were abandoned: suddenly the wigs and the great dresses of the ladies, the embroidered jackets and the short 'culottes' of the men were seen as threats and their carriers became victims of terror.

The triumph of the republic, remembered the beginnings of the idea of democracy in the Greco-Roman world and required new things that testify the rupture happened. In architecture it shows elements of Greek temples, which tend to echo in the dress. Fashion diametrically opposite to the previous styles, the empire dress with the waistline to the bust continued in a skirt of straight tubular form until the feet. Made in fabrics of great flight and transparency makes the use of corset unnecessary and there is no waist marked as tightly as before.

In 1813, the constitution of Apatzinagan proposed by Morelos, abolished the racial classifications (the castas) that brought with it the consequence of freedom in the use of the clothes.

Sheer necklines and flowing fabrics, was a type of dress that required new accessories: at that time Napoleon entered the near east and from there imported a new garment 'the Shawl', which covered in brocade was known here as 'chal'. The carrier wrapped in this piece of cloth ventured into the street, sometimes also dressed in a short

jacket known as Spencer and at other times with the Ridingote - reminiscent of a top garment to mount (riding coat) transformed into a female outlet, preferably red.

Because of the lightness of the garments, there was no place to kept fans or beads for what has become fashionable a re-fit-reticule - which was soon better known as 'ridiculous' and is the antecedent of the current handbags.

For the gentlemen, this classical influence is not so obvious at first, but trousers, as closely fitted as possible, of a color imitating human skin, sought to give at distance the effect of a naked Greek statue. The coat, jacket, shirts with a tie, hair shaken... are elements that we associate with Romanticism that will be the predominant note in the aesthetics of the nineteenth century.

In her book 'HISTORIAS DEL BELLO SEXO: LA INTRODUCCIÓN DEL ROMANTICISMO EN MÉXICO', author Montserrat Galí Boadella tells us that the Spanish crown frightened by the French Revolution and its consequences, prohibited the importation of books that could provoke the seditionary spirit on this side of the sea. But thinking that those publications aimed at women little harm could do, it was allowed the importation of women's magazines in which inadvertently, the revolutionary ideas came to the ears of women like Leona Vicario and the 'Corregidora' Doña Josefa Ortiz de Domínguez.



page 95

A woman of great beauty and courteous presence María Ignacia Rodríguez de Velasco aka 'la güera Rodríguez' was legendary for her conversational skills and apparently the 'arts of the heart' as she had multiple husbands and was credited with 'several' VIP lovers.

From the liberator Simón Bolívar - when she was 16 years old and he was passing through Mexico - to the wise Alexander von Humboldt and even the Emperor Augustin de Iturbide (92).
Its presence marks the transition, of a woman who lived the court life and later on the ways after the Independence war.

As social change was taking place in parallel on both sides of the Atlantic, the Napoleonic figure has a strong influence in the Americas' fashions, styles and ideologies.

In the struggle for independence, the heroes, Morelos and the priest Hidalgo dress as part of the clergy, but also with sobriety, modern for that time, with a black frock coat that closely resembles the contemporary male costume. (90-91)

In the first two decades of the nineteenth century, Mexico passed from flaming Independent territory to a fleeting Empire and incipient Republic.

Leona Vicario, an independent heroine, was an opposite character to the 'Güera': a pioneer journalist, who financed the insurgency with her fortune. Both Leona and the Corregidora are depicted in the high-waisted Empire dress. They are not only protagonists of the style but also of the mentalities and circumstances.

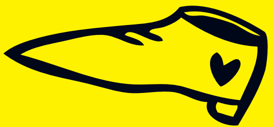
Romanticism in Mexico has as ideal that of a fragile woman. Even when it does not do much to 'liberate' women as we understand it now, it is the stage where women's magazines appear, where further than fashion they set an example of how to behave. Paradoxically, in a world oriented towards the search for Republican values - equality, fraternity and solidarity - Emperor Iturbide is crowned in a ceremony based on that of Napoleon, with the tropical exceptions, and instead of being the stylish Josefina, Empress Ana María is a chubby consort (99).

Jose Joaquín Fernández de Lizardi writes at that time characters who embodied the romantic spirit. A treatise on women's education in 'LA QUIJOTITA AND HER COUSIN' of 1818. A rogue of popular origin - not so dandy or dilettante - but who already showed the prototype of the idle young man (lagartijo) in the PERIQUILLO SARNIENTO' (97). Up to 'DON CATRIN DE LA FACHENDA', who identifies the 'arrangements' in his appearance with the pure essence of dandyism.

From France came the greatest influences, at the triumph of the French Revolution the figure of the victors -the first rebel sub-culture in history, was known as 'Les Incroyables & les Marvilleuses' (The Incredibles and the Wonderful). Knights in fitted trousers, a hairstyle of small curls that resembled a Roman sculpture known as 'Titus'. Ladies in Greco-Roman vaporous robes. At the moment of arriving these styles to Mexico, with a delay of almost a decade, they are not the uniform of the rebellion but just a declaration of break with the world of yesterday.

Luis González Obregón in 'LIFE IN MEXICO IN 1810' talks about the Currutacas and the Petimetres (in a bad French pronounced 'á la mexicaine', Señoritos = petit maitres), personages for whom the fashion was simply and plainly the justification of all their existence (94-96).

For Bernardo Olivares Iriarte, a professor at the Academy of Fine Arts in Puebla, it was very clear that indecencies in fashion had come from the hand of French revolutionary ideas. Everything seems to indicate that the French Tunic was carried in Mexico between 1800 and 1824, perhaps until 1829.



pages 96, 97 & 98

LA VIDA EN MÉXICO EN 1810

LUIS GONZÁLEZ Y OBREGÓN / 1911 / TRENDO.MX LIBRARY (FACSIMILAR BOOK)

Chapter three
Currutacas and Petimetres

But the characteristic types, typical of the year 1810, and of his immediate ones that preceded and succeeded him, Were the madamas who dressed 'á la dernier', known by the names of ((Petimetras, currutacas and pirraquitas)), and the young men their fellows, also called ((manojitos, currutacos and petimetres))

Oh my GOD! What satires in verse, what moral sermons in prose, what edifying sermons and what edicts so paved with quotations and texts of saints and profane authors, were published in diaries and gazettes and in various forms, on the costumes and customs of those lords & those gentlemen!

The currutacas themselves confessed their sins publicly, naively saying that they were not born either for wives or for mothers of families. That their main merit would be to gain public appreciation, with the brilliance of their exterior in fashions, charms and other trinkets they carried, because their genius and unfortunate character did not allow them nor take the point of a stocking. Her favorite occupations were the latest fashions, the shaves and increase with new habilities the great flow of his pocket. Little did they care there were censors of their rags and habitudes.

They were only concerned with inquiring the value and merit of a sigh, calculating the priceless price of a smile, analyzing the 'half-step' robes, the ribbons for the 'zorongo', and the forms of the shoe. The filigrees and embroideries of the little veil, the ((fancier turns of the fan)) and all those details and minutiae that made them advisable in the eyes of pirrocos and petimetres. It was not painful for them to be called (mad), for (mad) mothers had taught them (to make the courtesy to turn on their heels, to smile at the sideline, to twist the little mouth, to wiggle the Body and give themselves all pomposities)) that made them so appreciable and so pleasing in the society of currutacos and manojitos1!
While it is true that many petimetras honestly wore taffeta and lace basins to the margin, Mantillas of twill, with trim of the same velvet, Basques of long fringe guarded with Velvet and lace, and blankets of anole, or white and airy with broad fringes, there were also those who wore nettles and transparent mantillas ... here was the sinful thing.

But the sinfulness increased with what was censured by moralists, in prose and verse, in newspapers and pastoral: and it was the obscene custom of wearing basques very low cut across the back, with bare breasts and arms. Such custom was condemned by the Prelate, because ((it was concupiscence fire,)) that would burn ((the souls)); Dress, (in which the quality of the cut and the cloth was putting before the eyes, even if it were concealed, which does not allow to name the modesty[2])

Such nudity must have been too crude, for not only scrupulous archbishops like Mr. Lizana, writers who had nothing of prudery or hypocrisy, cried in all tones against those fashions of their time, and described the inconveniences of the suits. In some verses that the author entitled 'The virtue abandoned by the libertine luxury', speaking of the currutacas said:
His scandalous outfits, Nude breasts and arms
Of obscenity are ties
Who put the virtuous
On the most festive days They appear indecent, Incautious and irreverent, With lascivious gestures ... With narrow tunics,
And colored shoes,
Ask buyers
Of their dishonest breasts ...
And in other verses which bear the title 'The advice of a mother to her daughter', she tells the latter, talking about her dress:
This a costume be,
Who sends her kindly to an ugly one: The tunico will be used, well tight, Very thin coconut taffeta...

(next page) [...] steal and canon the Sacred Temples of our Spain: that with a sacrilegious ridicule of the mysteries and the most holy ministries of our Catholic Religion, the Albas and the Priestly Chasuble are publicly placed on the military and petulant dress that characterizes them: those same (We hardly dare to say it), these same ones (the flesh shakes, the spirit faints, and the whole soul contends in saying it), the same ones, as in the cakes that have stolen the Churches ... Great God, God of vengeance! Rise up and judge your cause against those unbelieving defilers, who carry the consecrated forms in the equipage, as the most despicable piece of furniture of his train! The same ones who have cast the wives of Jesus Christ from their convents, who have forced the wives to sin, who have made a public appearance in the bayonets of the women's breasts: the same ones, or the companions who have left in France.

Perhaps worse than them: it is those, their wives and their daughters, their relatives and concubines: these are the authors, the original inventors, who, in order to destroy our faith and seize us from what we have, have introduced and propagated in Mexico the style, the perverse custom, the abominable and venomous fashion which the Ladies carry with their arms and arms uncovered, and a dress the men who ignite and provoke with their eyes the women: these are those who always grow in pride and evil inventions in the likeness of the hellish spirits, are introducing with diabolical cunning the flesh-colored stockings and diabolical lace...)) But neither the quotations of the Holy King Prophet, of the patient Job, of St. Gregory the Great, of St. Antoninus of Florence, of St. Thomas Aquinas, Tertullian, St. Clement Alexandrine, St. Augustine, St. Francis de Sales, St. Jerome, St. Paul, St. John Chrysostom, St. Charles Borromeo, and other texts of the Bible, from The Holy Fathers, Pontiffs, Archbishops and Bishops, Synods and Councils, who with so much erudition enumerates the Pastoral Ministry of the Archbishop of Mexico, convinced the currutacas, petimetras and pirroquitas, nor cornered their dishonest clothes, in spite of the excommunications that in infinity of cases struck many of the venerable and holy men mentioned. Because all this came to them by one ear and went out for another, and making denmarks and changing conversation, they said to each other: 'You say very well, that refuting Fashion has always been majar in cold iron. Let us speak of something else, for the world was always, is now and must be the same'[2].



1. Letter from a young lady. Economic Weekly of Mexico of Thursday, January 21, 1810, pages 12 and following.

page 100

Olivares in his 'artistic album' of 1876 makes a taxonomy of the Mexican costume with the title 'TRAGES AS WE FIND THEM IN THE FIRST DAYS OF OUR CHILDHOOD BY THE YEAR 1823' (100). At the center the European suit, in the page is known as 'trage de tertulia', but also see the evolution of the dress in which the 'waist' cut went down from the bust to the waist, a development that will continue with the skirt growing in volume to the huge shape it will take in the 1850's. And already the rebozo is present, like the mantilla and a suit of 'china' coexisting with the traditional clothes of the popular classes.

The Italian Claudio Linati arrived in Mexico to found the first lithographic press. In 1828 he published the book 'CIVIL, RELIGIOUS AND MILITARY COSTUMES OF MEXICO' (101-103). Not only portraying in the drawing but also describes the customs of the time and gives advice on how young romantic women should behave.

It portrays the past but also the social classes of that moment. In the roles of that society it is observed that the man of the field, in his work clothes, still does not wear the characteristic big Mexican hats. And that the open leg with cotton flounces that we associate with the gauchos is still present and is characteristic of the costume of the 'Chinos', the male counterpart of the 'Chinas'. 'The lépero, the seminarista, the serene, the indigenous maid' are described in its pages. In this sense:

CREOLE LANDLORD, OWNER OF HACIENDA: (102) In a colony like this, rich in all kinds of production and especially precious metals, in which the founders have subjected the Indians to slavery, alongside thousands of unhappy people is an opulent man who exploits these Vigorous arms to live in luxury and comfort.

NOTE: Its cloak, called sleeve is a piece of blue or green cloth cut in oval and lined with painted percale. In between it has an opening through which the head passes. It is bordered with a circle of velvet lined and adorned with fringes that cover the shoulders. The vicuña hat, edged inside; The jacket, suede, closes as a blouse. It shows a shirt of fine fabric well pleated to the front. The boots are open and folded at the sides.

(Page 102)

THE YOUNG FEMALE WORKER: Charming sex, the kindest half of humans, under all climates of the earth above ignorance and barbarism. Regardless of what colors or what dress, the mastery of your grace extends its beneficial influence and makes men happy, imposing a truce on the odious passions that excite them.
NOTE: 'The dress is made of cotton cloth roughly printed in the country, as well as the fringe. The blanket or 'tápalo' is a very tight weaved cotton fabric that is called 'manta' before being dyed. It is made in Puebla de los Angeles and is also shipped raw to England, where it is then stamped (103).

With the Independence, the relationship with the old Spain had been battered. The king's representatives by centuries, the viceroys was forgotten. It was until the war was over and the country was quieter than a new representative could be established, except that now he was an ambassador, Angel Calderón de la Barca, arriving in Mexico in 1839. Along with him his wife, a Scottish girl named Frances Erskine Inglis, first Marquesa de Calderon de la Barca who became an extraordinary witness of that society.

In her book 'life in mexico during a residence of two years in that country', of 1843 (105), the Marquesa recounts all about her stay in Mexico, first ranting of the whole experience but progressively loving it. In her time, fashions arrived from Paris in just two months. The shock of abandoning European life and knowing the local ways make her one of the first 'decent people' to adopt the 'china poblana' suit.



page 106

Mme. Calderón de la Barca had difficulty recognizing, at first, the beauty of the Mexican woman:

'The beauty of the women here consists of the proud black eyes, the beautiful dark hair, the beauty of arms and hands, and her small, well-formed foot. And their defects: too often they are short and too fat, their teeth are often bad, and the color of their complexion is not the pale olive of the Spanish or the bright brown of the Italians, but a bilious yellow. They strive to put their feet in a shoe half an inch shorter, and ruin the foot, destroy their grace in walking, and, consequently, their movements: This fashion begins, fortunately to fall into disuse. (95)

Fascinated by the figure of Humboldt, the German Carl Nebel published his 'JOURNEY PICTURESQUE AND ARCHELOGICAL BY THE MOST INTERESTING PARTS OF MEXICO' in Paris in 1836. (107-110)

Traditional moments are reflected in its pages:

LA MANTILLA / '... this suit is totally Spanish, so much so that it will be emphasized that is only used in the mornings by every lady of good tone. In the afternoons it is used the French style, since the lady does not wear hat, it is wrapped in it. Already at night it is carried with her head uncovered. Mexico is not exactly the country of beauties, women are small and the neck as the mouth are of indigenous type. Even so, they have the most beautiful eyes, well-made waist and pose. They walk slowly with a gracious attitude'...

(p 108)

HACENDERO / 'Owner of his lands, stands out with his daughter and a domestic servant, when he finds his administrator and speaks to him.' The bourgeois is sartorial, his attire which we have described in the first notebook. And the whole difference consists in the richness of its applications. The 'castor' hat is adorned with thick gallons of gold, the grace of the cloak in velvet and gold. He wears a garment embroidered in gold and silver with trousers in frills stopped by a red belt with gold gallons in his boots.

[...] Ladies are riding on horseback. They wear a long beaver cloak, crowned by beautiful black feathers, their hair arranged in braids, tied behind and dangling in two. Without a corset in a short Turkish dress, embroidered in silver, adjusting the bust and showing the beauty of the neck'... (109)

POBLANAS / 'Its name is derived from town: Poblana, villana. They are ladies of the working class, the ladies of first class adopt the style only to the interior of the houses. The essential part of the suit is the 'ruboso' or long shawl, which they carry over the head and which are almost never removed, either to make the kitchen or to traffic the world. They do not wear corset, either the great ladies or their servants in the long hours that they use for their arrangement. The rest of the suit is of different colors and finishes. [...] The skirt below is all white and the girls, even the poorest ones, put on a colored canvas, and how they can not afford so much luxury they wear bare legs and feet'... (110)



page 113

In 1896 Antonio Carreón in 'HISTORY OF THE CITY OF PUEBLA' ...

'Catarina de San Juan: this princess of the Great Mogol, called in her country Mirra, fell captive of a pirate who sell her to a merchant from Manila, who brought her to Acapulco and in turn sold it to Captain Miguel Sosa, Puebla [...] who in the year 1683 walked with her to reach that city, after she arrived, he informed her that she was free and the owner of her own will, Sosa had treated the princess with the considerations that deserved her misfortune and he brought her with rich cloths and jewels, and ordered she was baptized receiving the name of Catherine of San Juan.

Carreon suggests that 'Perhaps Catarina de San Juan and her suit, has origin the 'zangalejo' or 'castor' of the China Poblana, as it was called. Silks, imbroideries, beads, shrimps -sequins-: a great luxury outfit was in what became over time'.

A XVII century legend, the one of the pious girl coming from India in 1683 and dead in the smell of sanctity some time later. 'The colonel's scam prospered, despite the complete lack of logic: the costume of the China is from the late XVIII or early XIX century, almost two centuries after the arrival of the little Indian slave in Puebla. Known in life for her heroic humility, the rough clothes of her sash were transformed into the red beaver embroidered with sequins, the lavish shirt that shows the opulence of the breast, white socks, sneakers, the invigorating rebozo'...

These elements are the symbol of a nation eager to articulate its own identity and when the times of independence required make its come back as a symbol; To such an extent that the red skirt, green blouse & white stockings echoed the flag.

Preparing to go for a 'fancy ball' -in her own words-, the Marquesa Calderon de la Barca was fascinated by the brightness of the Poblana China costume, so she made preparations to use one. But she had to repent, faced with high resistance:

'Poco después llegaron más visitas, y como suponíamos habían concluido, y nos íbamos ya para cenar, nos dijeron que el secretario de Estado, los ministros de guerra y del interior, y otros, estaban en el cuarto de dibujo. ¿Y cuál crees que fue el propósito de su visita? Para conjurarme por lo más alarmante, descartar la idea de hacer mi aparición en un vestido de Poblana. Nos aseguraron que las Poblanas eran en general «femmes de rien», que no llevaban medias y que la esposa del ministro español no debía de ninguna manera asumir, ni siquiera por una noche, tal traje'.

Thus already in the XIX century, China was a synonym with girls of low society and the 'poblana' never means from Puebla (poblana-villain). The dress had an extended geographic area from the capital to Guadalajara and Oaxaca.

To end up becoming a clear and universal adjective of 'Mexican'.

page 114

MEXICO AND ITS SURROUNDINGS. VIEWS, COSTUMES AND MONUMENTS' of 1855 & 1856 (115), its full of visuals by Casimiro Castro, great Mexican lithographer. In the texts some different authors, like Florencio M. del Castillo in its chapter of 'MEXICAN COSTUMES':

'...because the Mexican is like the knights errant who has his God and his lady, the girl is at his side, with embroidered silk petticoat, wearing little shoes of satin, and covered the head with the 'rebozo de bolita'. And together, they will first cease to cross themselves, that not going out on Sunday to buy the fruit in the market place, with the offspring, a type copied from the father'.

Areas of the Valley of Mexico are presented, drawn from the perspective of Cantolla -paper- balloons, and scenes of the city and the port showing the daily life of the moment.

A China poblana dances, revealing the zig zag of the 'porabajos' -pantaloons- appearing below the skirt. Her 'Chinos' dance partners wear the slack pants ... but, with 'huaraches'. A litany of Costermongers used to sell in the city, announced by their chants, from the 'tlachiquero', the seller of 'chichicuilotes', to some 'lagartijos' dressed as catrines. And finally a market scene, with characters wrapped in sarapes and ladies covered with rebozos. (Pages 116, 117 & 118)

Manuel Orozco y Berra, in the XIX century, said: 'to carry well the petticoats and the rebozo, one have to be gentle and courteous, with a gracefully done body, and a lot of style to wrap themselves: anyone who does not feel the blood warmed by the Sun of tropics, who does not have a southern image, never dress that suit.

Meanwhile, Don Manuel Romero de Terreros investigating the viceroyal age, mentions that silk rebozos were being made in Querétaro, a hypothesis corroborated by the census carried out in that city in 1791, in which among the workers of the textile industry there are 45 reboceros, divided in 26 Spaniards, 1 castizo, 14 mestizos, two indigenous

caciques and two mulattoes. Nahuas, Mixtecs and Purépechas, Otomíes, people of Tehuantepec and Tenancingo worked weaving 'paño de rebozo'.

In the nineteenth century rebozos triumphed, but in the colony the Marquis of Branciforte in 1794, prohibited the manufacture in Mexico of fine silk rebozo cloths instead to be made in Catalonia. But it was already too late, it was an established and ubiquitous tradition. The garment had already been adopted by the New-Hispanic women in all social classes. In the castes: mestizo, black and mulatto. Women in society wore shawls 'ametalados' with gold and silver threads and richly embroidered to commemorate important events.

In her 1989 book 'Rebozos y sarapes de México' Teresa Castelló Yturbide mentions that open communications with the East, discovered in 1565 and well established as early as 1573, began commerce through the Nao of China, arriving in Mexico the Persian Shawl and the Hindu Sari, that influenced decorations on the nascent Mexican rebozo, that already was being woven with wool, cotton and the silk produced by the Mixteca.

In 1851 Vicente Munguía print his biography, rare example with name and surname of someone who made the rebozo industry: 'Rebozo of the origin use and beauty of the own trage...' (120-125)

Oddly enough in Mexican cities of the 21st century, boys are dressed in cowboy clothes, from shirt to jeans. Nobody carries Chinaco's clothes in Mexico or the gaucho's in Argentina ... But the rebozo was constituted to such a degree as a Mexican garment, that in the rich society's weddings of the XXI century the dames bring their rebozo hanging proudly from the arms.



page 122 & 125

Del origen uso y belleza del trage propio de las mexicanas

vicente munguía / 1851 / trendo.mx library / (facsimilar book)

[...] as others understand it, the germ and the beginning of all the disorder and corruption that are currently consuming it. It is of great interest to read in the first diary printed in the years 1809 and 1810 that the good sense and the real illustration of some men of talent, leaning on Capmany's authority, complain against extravagance and ridicule of the first fashions. The truth is that in the useless court was the satire to prevent their enthronement. And the hat, the shawl, the tápalo and the fichu began to appear where before the rebozo dominated. The same thing did not happen in Guadalajara, even though it was the second city of the Kingdom. Already to be more distant of the foreign influence: since the inhabitants may be endowed with a much more delicate taste than can be preserved in an immense and bustling court, when invaded by some new human barbaric epidemic. Or because there, shyness and pudor was more extended and more severe behaviours were in use than in the Capital, the fashions of Europe did not enter the homes. Only in recent years, as others say, since the last anarchy, they have imitated among their ladies, the dresses and uses of overseas, which are now common in Mexico.

Nor should it marvel us that, because the ladies had been subjected to the European fashions, there had been lost almost entirely that grace which pleases so much in the way of carrying the rebozo of the other Mexicans, especially those of Guadalajara. And may they, at least, be lent to foreigner fashions the graces implied in the national costume!

But how can this be so, since in France, very few women possess the art of easily accommodating with pleasure to the infinite forms and endless caprices of fashion? Only the dress and the adornments that the peoples carry constantly and by a habit never interrupted, they have the privilege of pleasing always to those observing.

Look at that Oriental headdress, or that Greek mantle, so reminiscent of a dull scene or a [next page] Masquerade. And say what can be expected of a 'trage de Tullerías', to show off in the Lonja, a day after his arrival in Mexico. One thousand times we preferred those so badly copied figurines, the always brand new and always pleasant rebozo dressing with so natural grace the shoulders of a daughter of the country.

At the time of which we have just spoken, namely, at the beginning of this century, and even many years later, even though there might have existed, in all the length of the kingdom or of the republic, several mills of yarn shawls, more or less ordinary, of which poor people usually make use, is the capital where it was exclusively worked and done until 1846, those of silk, shelter of rich ladies.

But if we compare the shawls that came at that time from the factories of Mexico, those that were all moored or false, with which they were soon made from a new fabric, invented in Zamora by D. Vicente Munguia, to whom the Government of the Nation granted for the same invention, in 1847, a privilege of ten years, that some of his emulators wanted to deprive him, such as he is currently dispatching at his Zamorano Rebozos Factory, established in Guadalajara, on one side of the Caja de Agua. One will find between them the same difference that they present to the view of the connoisseurs, the first badly drawn of the nascent painting, opposed to the best models of the modern way.

By the simple and modest relation that the own Mungia has directed us of the first steps that he gave towards his invention, it will be possible to know in some way the penalties he paid to obtain it, and with such cruelty and without reason have their enemies sought to take advantage of the fruit of their labors.

We do not know whether the natural talent of the writer or the rare directness with which it is written should be admired the most. We insert it in the following, in order to open the examination of the questions that have given rise to the lawsuit that, with the object of annulling the privilege, has been raised.

page 127

Pascuala Corona was her pseudonym. She lived almost 100 years, -just 3 short. Her life from the decade of the '10 in the XXth until the January 20th of 2015. Behind that name - that was in fact the name of her nanny -, she was Teresa Castelló Yturbide. She specialized in the decorative arts of Mexico, wrote about 30 books: the indigenous costume, the rebozo, the natural colorings of mexico and 'The history of Mexico through the Clothing' of 1988, with Virginia Armella Aspe and Ignacio Borja Martínez. (126)

This book, published by Inbursa, has a colonial XIX century perspective, dividing the country's history into three slices: the military costume that Borja plays, the civilian costume by Virginia Armella, and the religious costume by Castelló herself.

It goes running by the pre-Hispanic and the conquest, a little further into the colony but really deepens in the nineteenth century, and after that suddenly stops.

Of the three chapters the most fitted as fashion history is the one dealing with the civil garment. Although because of a strange decision, to say the least, is illustrated by modern contemporary photos of models wearing historical costumes, - they must be decent girls of good families because they are blondies as boring as a tofú slice - placing the garments in an anachronic eighties setting, worthy of a bad videoclip.

The 19th century was dressed like this: began with the Empire dress / for the 1830s the waist has gone down, back the bodice, the sleeves are inflating, are the balloon-sleeves /around the middle of the century is the clothing we identify with films such as 'Gone With the Wind' / for the 1860s Carlota Amalia will be traveling to Mexico with the giant dome skirts made of metal hoops and crinolines. It's the time of Worth, the father of haute couture.

In Mexico is the rise of women's magazines, the titles proliferate whether they were printed in Europe, edited there and printed here or were national production adapting foreign materials: The Iris, the Instructor and the Beehive printing british gravures.

The Mexican Mosaic was published in the 1830's and 40's, which sought the education of the 'beautiful sex' and had a fashion section.

The Mexican Museum in 1844, with references to Madame Virginia's sewing workshop, a Frenchwoman based in Mexico who dominated the Mexican fashion of the forties.

The calendars addressed to the young ladies had the structure of magazines, saints and festivals. Sharing articles, poems and short stories. In addition to almanacs also contained information for women: recipes, hair styles and fashion.

The week of the Mexican ladies of 1851 made in the twilight of the romanticism, the change of styles in the feminine fashion from the second half of the XIX.

Reading the Calendario de las señoritas megicanas of 1840 (130-133) should not be confused its editor Mariano Galván with the author of the 'Calendar of the oldest Galván' - an almanac still published in the 21st century.
Many of the appearing articles are translations, some signed by the publisher explicitly, others as in the case of the fragment of 'The Angel of the Guard' -comedy unpublished in the edition of 1843- remain anonymous ...



page 130

'The Señorita'

I visited the hairdressers
From the street of Plateros
And at last to my fierce entreaties
Come one promised.
Monsieur Perruque is called:
Hairdresser of great fame:
Make wigs with machine
Of steam, which he invented.
French Hairdressing
Parisian, by company,
It is written in capital letters
In Spanish and French.
There are many loops hanging
And two red busts
It has on the cardinal front
An upside down wig.

In 1858, a traveler named Maria Giovanni published with help of Alejandro Dumas the 'Journal of Madame Giovanni: in Australie, Aux Iles Marquises, Tahiti, the Nouvelle-Caledonie, in Californie et au Mexique', and as with Mme. Calderón de la Barca, tells of the fashion of that time:

(Arriving in Mexico City ...)
- The most beautiful shops of Mexico are located in the street of the Plateros (sic.). In an instant I thought I was transported to the Paris I had left 12 years ago. The shops of Plateros street rivaled in luxury with those of the rue de la Paix and rue de Richelieu. (In 'La Paix' at that time was Worth's headquarters)

- 'Most of all, most things come from French shops. I found exactly what I would see in Paris in the best establishments, and fashions do not take more than a month to arrive from France. While there is no difference in luxury or taste, it is not so with the price. As a rule, an object that costs a franc in Paris costs a piastra in Mexico. For example a flower cap in the ear of 25 francs, costs 25 piastras ... that is to say 100 francs. [..] So I understand that my charming little compatriots will recreate the enormous benefits that come from selling fashion and lingerie in Mexico.

This fascination with Plateros - now Madero Street in downtown Mx city - is because that was the street of fashion for decades. On 16 September St and 5 February St, at that time Portal de Mercaderes y Diputación, was the Parian since 1696: with two floors and about 130 establishments it covered a part of the Plaza Mayor. There, one bought the raw materials: fabrics, velvets, maraboues ... to be taken with the glove-, shoe-, and dress-makers of Plateros in the multiple floors. On the roofs some 'greenhouses' crowned those buildings: the photo studios where you pose for the photograh with all the fashion, illuminated by sunlight.



page 134

News of the Empire

Santa Anna in 1843 orders to demolish the Parian to erect a new 'Plaza del Volador' in what is now Venustiano Carranza St & Pino Suárez St, then University corner with Porta Coelli. This market caught on fire in 1870 to give rise to the boom of the market of 'La Merced', and shortly after the entrance of the departmental stores like the 'Palacio de Hierro'. Establishing downtown Mexico city in the XX[TH] as the space of merchandise exchange and fashion sale.

The wife of Santa Anna in 1855 (128) bears the silhouette of the mid-nineteenth century. Where was the liberality of the revolutionary costume of 50 years before? The world had become conservative once more. In Mexico, governments succeeded each other, Antonio López de Santa Anna was president eleven times. And these ideological struggles, the art of wasting time, were the imprint of our country ever since. By 1864 Maximilian and Carlota arrived as emperors.

In France, the ruler was Napoleon III with his wife Eugenia de Montijo, at the head of a court in which Charles Frederick Worth, determined as a dictator the appearance of the ladies.

In 1955 the biography 'The age of Worth' (137) explain the part fashion took in the great argument to convince Carlota of the possibility of the Mexican adventure. She was assured she would receive an endowment of Worth's creations throughout her reign. The world of the father of haute couture was the one of gigantic dresses, which at night in the sum of luxury, were of a deep white. By day, the recent inventions of Perkins' purple and the successive anilines he invented, made clothing as colorful as a flower garden for the first time.

"The Mexican blue was the fashionable color of the spring of 1863. That blue, like the magenta and green of the Crimea, reflected the military adventures of the second French Empire. [...] Worth like other members of the public, had heard of the campaign as another success of the Empire, but probably he knew more than the common about the particular. [...] In addition he had several Mexican clients, rich exiles who spoke to him enthusiastic of the French works conquering Mexico. [...] In France it was said that the invasion campaign was 'the most beautiful idea of the kingdom'. And upon receiving Carlota, the Empress herself entrusted Worth with dressing her as she required for her new role in the nascent Mexican Empire.

In 1939, a striking Juarez made of latex - Paul Muni the actor in the role was white as aspirin - fights against Maximilian and Carlota in a Hollywood production led by Bette Davis in the role of Charlotte of Habsburg. A papier-mache Chapultepec, with a plot punctuated by omens: Carlota arriving in Veracruz is received by a vulture ..., in a film that strangely is only seen each year on French television on the anniversary of 5th May.

The world of Maximilian was the triumph of french influence, but at the same time a new way of thinking the Mexican identity. Carlota's ladies in an improvised court demanded Worth's garments or at least worthy materials to make the good copies. Even so, the Emperor considered that it was necessary to see the Mexican culture with different eyes, so he establishes the Mexican Museum, and personally he found great solace in the arms of a Mexican, 'the India bonita' with whom he escapes to near town Cuernavaca.

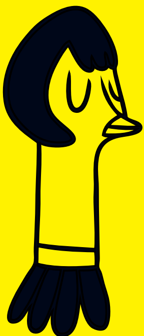
The social life was accompanied by the ruffle sound of huge crinolines, made in workshops that imitated Parisian haute couture, when poor dressmakers girls were called the 'the rinconelli'. During the French intervention, groups of ranchers confronted the invader: they were the Chinacos, dressed in suede trousers open at their sides, showing the 'white undercovers', to close them they used buttons of gold or silver on the sides. Suede epaulettes...



page 138

..white shirt, winged hat and semi-sphere cup, adorned with 'chapetones'. It's the charro suit we know today. Maximiliano loved the music played by the ranchers in the weddings -marriages in French - originating the name 'mariachi'.

In 1998 the Museum of Mexico City made an exhibition 'Intimacy, fashion and design. Mexico beloved' (139). The curator was Maria Amparo Clausell, it comprised live fashion pieces from 1840 to 1910, accompanied by furniture and ambience of the respective eras. The book presents the clothes put on mannequins in elegant and evocative photographs. It gives account of the changes that occur from the restoration of the Republic. Starting from Carlota's great time dresses, there will be great changes in the second half of the XIX century. The silhouette will be thinned in the skirts, the stowaway will be invented and by 1875 the volume of the skirt will remain only in the back, 'fake derriere' accompanied by a long cloth dragging: the train -the actual tail of the wedding dress. In 1890 the silhouette in 'S', the straight dress and the trumpet skirt, are announcing the arrival of the modern dress of the twentieth century.



page 141

From the Empire of Maximilian on, the presence of photography changes the relation between image and fashion. Their images arrived before their own arrival. People bought these photos and added them to their family albums, were they also added the 'cards du visite' -sort of a business card, but instead you leaved your picture to the people you visit. Maximiliano ordered that all the prostitutes of the city were catalogued marking the price of the services of the girl in question, their likes, abilities and diseases. They were classified in 1st, 2nd and 3rd grades. Jean Moure, a Frenchwoman from Orleans, classified 'of course' at first. The mestiza in the middle and the indigenous in the end. Racial types determined the type of dress: more western, or more indigenous. And since then, as always, that exasperating Mexican characteristic of making racial compartments, identifiable in clothing and determining even the articulation of desire. (140)

Some time force field has to exist at the end of the 19[TH] century, since the great majority -if not all- of the fashion books reviewed including Benítez, Morales, Castelló Yturbide and Clausell, stand dry on the border of the XX[TH] century.

In the same vein in 2003 with the title 'a lá Monsivaís' of 'Pudor and lightness: three centuries of fashion in Mexico. The collection of the Soumaya Museum'(142), the premise of this small exhibition catalog is short because the nineteenth-century pieces are presented, with only a 1920s flapper dress seen only when passing. In only 32 sheets, the booklet contains garments and glossary, comments about the times and a common destination in all fashion works reviewed, that is the majority of women's clothing and almost forgetting men's attire.

In the mental image of Abraham Lincoln, we think of him in a long Levite, sober coat, accompanied by a top hat. At the same time in these lands Benito Juárez carried the same styles, which will continue until the time of Don Porfirio.

Enrique Fernández Ledesma -brother of Gabriel of the same surname author of the 'Mexican Footwear cactlis and huaraches' of 1930 (33-35)- wrote in 1938, but published it in 1950, his book 'The grace of the Ancient Portraits'. Incredibly profuse, freezing the atmosphere, spirit and image of the nineteenth century. There are society chronicles from 1845 to 1880 in the work of the most remarkable daguerrotype, ambrotypists and photographers working in Mexico City and other parts of the country, exhaustively covering Monterrey, Aguascalientes, Mexico City, Oaxaca, Mérida, Veracruz, Puebla, Zacatecas. Surprisingly enough because in the vast majority of cases these -fashion- studies are always limited to Mexico City.

Juan Cordero's painting 'Portrait of Manuel Cordero daughters' 1875, shows a significant advance in styles (148). They all wear brightly colored clothes in various shades. William Henry Perkin in England had invented the mauve color as an accident seeking a better medicines. In 1856 his invention gave rise to the anilines industry, and thus the gentleman became the great entrepreneur of century XIX, raising a new culture of colored clothing.



pagina 145 -147

The grace of old portraits

Enrique Fernández ledesma / 1950 / trendo.mx library / (facsimilar book)

Mexican Creole teenager. Portrait made around 1860. Everything is funny and with an overflowing tradition: the model's dress, her pose, full of modesty, which copies the attitudes of adult ladies: the embroidered strip tip of the calzón, which peeks out to cover the birth of the ankle. The step as part of a 'minueto': the gravity of the face and the romantic atmosphere that surrounds the composition ... Everything here is expensive with the painted background, representing a Swiss farmhouse. Photography Montes de Oca y Cía. Calle de Plateros No 6, Mexico City. Col. Fernández de Ledesma.

(Next page) Precious gadgets are jewels of art before which our great-grandparents are justly proud.
After the unique copies, come the visiting portraits, made from the '58 or '60 until the beginning of the nineties, with collodionic negatives, from which copies can be reproduced at will. Copies, certainly, memorable, made in that exquisite paper treated to albumin, sepia, violated cardinal.

Charming photograph, enhanced by rich golden copper medallion. Represents the beautiful lady Doña Altagracia de Villaseñor and Cervantes, native of Guadalajara. She was the last descendant of the Adelantado don Juan de Villaseñor and Cervantes, who in 1535 retired in Mexico. The Padre Hidalgo and Don Agustín de Iturbide had blood ties with Don Antonio, and therefore the family of Doña Altagracia must have enjoyed a lofty position in the court of our First Empire. The portrait, made in 1863, is adorable: a quiet grace, a captivating air of distinction which here is the elegance of simplicity, and a sparkling youth, without artifices or shavings, make this figure the seductive spectacle of select Mexican Creolism.

'Luz y sombra' photo of Octaviano de la Mora, Portal of Matamoros nº 9, Guadalajara, Jalisco. Collection Murillo Cornadó.

Mexican lady of 1863. This exquisite portrait, irreproachable composed, is resolved in dignity, elegance and distinction. They embody the nobility of the figure, which represents Madame Doña Soledad Olaguíbel de Maillefert, the colonnade of the first term and the romantic landscape of the background.

Photography Montes de Oca. 4th of Plateros nº 6, city of Mexico. Collection González Montesinos.



page 153

The 'Elegant Fashion: Madames and Mademoiselles' Newspaper' was published in Spain from 1842 to 1929. Particularly at the end of the xix century the magazine had a moment of influence in Mexico, closing the moment of feminine magazines in the style of the 1800s. The silhouette had changed profusely. The train's tail had become very ornate, and then abandoned. The last vestige was the stowaway that by 1890 was no longer fashionable. (149-151)



The stable world of the Porfirio Diaz regime (154) was about to be transformed not only by the Mexican revolution of 1910, but also by the incredible technological changes that influenced new attitudes at the turn of the century.

Charles Frederick Worth during his long career of almost 50 years introduced three great transformations in the silhouette. The twentieth century awakens thanks to a reform of the dress: suffragists struggled to free themselves from the corset, Amelia Bloomer invented the pantaloons declaring freedom from the skirts, Orientalism brought with it the silhouette of the kimono.
The influence reached Mexico, and the catrinas show the style in vogue in the Austria of Emilie Flöge, the designer friend of Klimt, seen in Mexican cities with the equivalent big hats. The straight cut still in a corset. It is recognized the influence of the pinafore in the baby clothing in the same image, even the elegant woman uses 'Liberty dresses' in a way (152). The prototype of the Gibson Girl, the silhouette in 'S', poses a different aesthetic than it had been the romantic woman: now it was a modern woman.

The Centennial celebrations of Independence are received with a dinner lighted by Electric light!. Don Porfirio seeks to present styles and celebrations that try to rediscover the pre-Hispanic past.

There is a 'neo-Aztec' style in pavilions and furniture. The high society fully influenced by France sees the 'Mexican' with disdain.

In 1890, the Palacio de Hierro opens its doors, bringing to Mexico the concept of European buying and selling. Fixed prices are inaugurated, without haggling. Clothing and fashion materials are now purchased here. (Page 155)

French is common language, the 'good' surnames are the 'Limantour', the 'Cusi', the drinks and the gastronomy are preferred European.
Now, in the 21st century, Mezcal rose from the bottom of social class and became a trend in the hipster mexican neighborhoods. But then, one hundred years ago they have to disguise tequila as whiskey for people to accept it. (153)

In the cities the upper classes trying to live as europeans do not suspect what is about to happen. In the street some pretty catrinas walk irresponsible while entering the city, the army of Pancho Villa. (156)

The elegant races at the Hippodrome of 'la Condesa' will soon be only a memory: the world of the Adelitas and the Revolución will show the teeth of the Catrina Death (158-159) to receive modernity and a new century.



xxth century

page 197

We learned this from the great guerrilla leader. Fashion and freedom!

The 'dernier cri de la mode' is the one you give by yourself. Enough with tacky molds and elegant rags. You have to dress like Mick Jagger, Buddhist monk, silent movies' Vamp, Aztec warrior, Sor Juana, vietcong, Tongolele, minstrel or (just look at those t-shirts here!) Zapatista. Fonky put the revolution on them. Sons of a gun! It's like rolling as a mustachioed guerrillero down the street, the movies or Chapultepec Park without running the risk of being killed. By the way, this Zapatista T-shirt is just a preview of the new and fun Fonky line. You will see!. And as we said the Fonky t-shirts are made with materials of the highest quality, despite its cool price, Yep. Only $37.50 from 6 to 12 and $39.50 from 14 to 40. Exclusive, original designs, in the most striking mothproof colors. Waterproof cotton chamois, does not shrink nor a tris, indeformable. Firm, eternal stamping. It's just a matter you get it, that you by yourself shout: Fashion and freedom!

Par, S.A.
Fonky.Cool clothing. Liverpool, Paris London, Climax, Palacio de Hierro, Sears Roebuck, Woolworth, Comercial Mexicana, Aurrera, Suburbia, Radar.



page 198

Mexican revolution

'La bola', the Adelitas (157) and the rebels we are used to see aseptically on television, is the staged version of what happened: Starring the beauty of Dolores del Rio and the looks of Pedro Armendariz. Although nobody seems to remember, it was the first social revolution of the twentieth century. 1910, seven years before the Russian revolution. (Just like the return of the PRI -the mexican ruling party- in the 21st century is the first retro revolution before Brexit, No in Colombia and Mr. Trump)

'Soldaderas are more typical in their customs and character. They are covered with rags and are unaware of the use of soap and shoes. [...] accompany the husband in his military marches [...] on the battlefield carry water to the wounded; And strip the dead of the dress, leaving only a sock to the officers so that they can be recognized in their category.

[...] they know how to cook, sew and wash their husband's clothes, but they do not iron it, [...] they have absolute fidelity and unconditional self-denial for the husband. And second degree compliance with the officers of the battalion or regiment.

These women who accompanied the troop, were able to feed the battalion and traveling by train they knew all the localities of the country. At the end of the revolution they would arrive in mass, to live in the city a life of low neighborhoods.

The men in low class used to wear trousers and a shirt or blanket, went barefoot or with huaraches, whereas the more prosperous ones liked to dress the 'European', wearing trousers, jacket, shirt and footwear. (196) [...] According to writers of the time, the women wore huipil without wearing any footwear or they carried petticoats of percal or 'skirts wide and stiff' and rebozo of bolita.

Toilet was not at the order of the day, nor was there running water, and also the soap was so expensive that it would reduce 25% of the income of these people. The clothes were not washed too often, there was shortage of water and economic resources. People had only one change of clothes.

In contrast, the wealthy class began to populate the exclusive Rome neighborhood. Among them, the 'white kitten': Maria Conesa - first singer of the 'tandas' (that is, star of the stage). That at a young age already delighted the audience not only for her talents for singing but for the 'eroticism' of her performances.

Her dress (199) once again corseted, recalls the image of 'Bernhardt' in Mucha's ads with 10 years of delay ... The S-shape , out-of-style in the world, will be maintained here during the '10s decade when Revolution did not allow so many 'frivolities'and so, immediate adoption of fashion trends was delayed.



page 202

The fashion line

The abandonment of the corset is the obvious sign. Although it was actually gradual, or very specific. Only those with extraordinary bodies in tune with the great dancer Isadora Duncan, could revive the Greek 'Chlamys' without wearingstructure underneath.

The beginning of xxth century saw a brief revival by the Empire dress, culminating in the Delphos dress by Mariano Fortuny. Although, soon the waist was lowered to mid-thigh by the influence of the kimono. (210)

In Europe after Poiret, the Chanel silhouette, apparead. Fighting for more practical clothes for the women of the world. Do not forget this was only for the young and risky. At the same time

Lanvin proposed the 'robe de style' (219) a revival of Marie Antoinette's silhouette with a giant hip, which was for matrons, married women, all those without the silhouette of a 'young boy'. The hairstyle in trend was the 'Bob'. With short hair of sorts, the front reaches the height of the jaw, but behind it rises above the nape. Pelonaaaaas! They were shouted, at the door of San Ildefonso High School. (211, 214, 215)

The fashion of the flappers, or modern girls, was very limited to Mexico City. Cultural divas such as Tina Modotti, Antonieta Rivas Mercado and Nahui Ollin pose in the photos with their eyes covered with deep black shadow, styles learned from the silent movie stars.

This aesthetic is present even in some portrait of a very young Frida Kahlo posing in a young man's suit with smeared hair.

Shortly after, Frida suffers her infamous accident and is immobilized in her bed without being able to do anything. Her father took, almost obliging, a small didactic book:
'The Method of drawing, tradition, emergence and evolution of Mexican Art' that had just been published by the mexican government in 1923. (203-206)

After the revolution José Vasconcelos was at the helm of culture in the country. With the aim of finding ways of expressing and articulating the Mexican identity, he gave impulse on all fronts to the arts, to muralism, to new forms in dance, literature and of course, drawing.

In the 'method' what Frida found was a series of steps to express 'Mexicana' through the arts.

Things that we find throughout the country and which we believe to be very Mexican, as those strips carried by little birds with written signs in it (209), the way in which nature is represented in a thousand ways in crafts. All of those are expressions originated in the method ...



pages 204-205

MÉTODO DE DIBUJO TRADICIÓN RESURGIMIENTO Y EVOLUCIÓN DEL ARTE MEXICANO (facsimilar book)
Adolfo Best Maugard / SEP / 1923 /
colección trendo.mx

... it crosses or becomes entangled, or is concealed or suggested in vain; Everything is in view, everything is at once impressed, everything is synthetically represented, everything lives its own life and yet, by relation to the surrounding things around it, everything lives and harmonizes with the rest, as if it were of a musical chord. Plus, in each and every one of its insignificant details, we always recognize some of the fundamental reasons that make us feel, that constitute the own and genuine Mexican expression.

As we have said before, our study is based on the seven primary elements characteristic of Aboriginal art. We will not deal with its symbolism but will simply consider them from the aesthetic point of view. These motifs have in our art the peculiarity that, when combined are never crossed nor intertwined, which, aesthetically speaking, is the absolute purity of each line, as we can follow it and never feel the clash with another intercepting it. Therefore, it makes us feel the expression of each line without its harmony being broken, and this also makes all the manifestations of our art have a great clarity. Each thing lives by itself, isolated from the rest, although harmonized with the rest. This, at last, constitutes one of the most beautiful characteristics of Mexican art, and is surely what can make it far superior to the arts of other countries.

ORIGIN AND SIGNIFICANCE OF THE SEVEN ELEMENTS

The primary elements of almost all cultures, in their first attempts at art, are or can be reduced to variants or variations of the line and the circle. These primary signs were sacred things and objects of worship, for they represented the gods.

- We have the spiral, developed to the right or to the left.
-The circle, surely the stylization of the sun and the other stars.
-The half circle cut horizontally, used separately or continued in the form of 'M'. Possible representation of the moon, rainbow, etc.
-The motif of the 'S', or 'curve of beauty', as it is called in Greek art, formed by a half circle upwards and another downwards forming a true S, one after another united, forms the well-known motif that suggests the movement of the waves.
-The wavy line, probably representing the ripple of the water, or the serpent, is formed by a half circle upwards, joined with another half circle downwards, and so on.
-The zig-zag line, surely the stylization of the ray, which is also used vertically, horizontally or diagonally, in-

page 206 (continue facsimilar book)

-tegrated by a simple line or by parallel lineswith more or less open angles.
The straight line is used vertically, horizontally or diagonally, preferably in parallel.

There is no rectangle or square (rhombus) as a primary motif, for it is only used as a hieroglyphic form to represent attributes of Fire, or other things such as a day of the week, numeral 10, etc. The same happens with the triangle that represents the numeral 3, with the lines in the form of cross that represent the numeral 4, etc. Therefore, we must refrain from using them, for they are not strictly decorative motives, but rather hieroglyphic representations.

The motif of the wavy line in certain regions of the Republic, suffers an alteration similar to the one of the spiral, developing in quadrangular form, like a crenellated one.

THE SEVEN ELEMENTS OF MEXICAN ART

The first element is the spiral developed either to the left or to the right, in a simple or double, more or less closed way, and which, sometimes, when harmonizing within parallel lines, takes the square form.

The second element is the circle or circumference, which is used in a concentric way either alone or next to others in ...

page 207

Adolfo Best Maugard was the author of the book, he was the head of the department for teaching arts in schools and with his book had influence on thousands and thousands of children in the 1920s.

He set himself with the task of identifying which elements were common to the ancient cultures and particularly to the pre-Hispanic arts, concluding that all ancient art was based on five basic forms. (203-206). The student had to rehearse with them and then combine them into frames and 'patterns' under a series of rules: never to cross the lines, not to draw in perspective, etc.

Once started in the ornamental, the book contained exercises to represent the flora and fauna 'me-xi-ca-nas'. Once all these dominated, the pupil went in to truly complex exercises: people, animals, culminating with the national coat of arms and the figure of the virgin of Guadalupe.

Not only Frida Kahlo, but also Abraham Angel, were influenced. Best Maugard had already fulfilled his dreams of the Mexican identity, like the time around 1919, in which he collaborated with the dancer Anna Pavlova - from 'The Russian Ballets' and therefore being only one degree of separation of Paul Poiret's fashion in Europe - to make her dance a 'Mexican Fantasy' dressed in a...China Poblana dress!!

With his work and influence he establishes nationalist roots in the arts, that soon will be in the subconscious of the designs and the fashion of nationalistic intention during the rest of the century.

His legendary social life, in which is said, he discovered and promoted Dolores del Rio, frolicked with Frida and Diego, and was close to Miguel Covarrubias and even to Chango 'Cabral (209). This three together drew an arc of influences that embraced creators of all kinds at that beginning of the century and that will be decisive in a 'minor' art: comics, from which will emerge the fashion pioneer Ramón Valdiosera Berman. (224)

Covarrubias in the thirties lived in the United States and from there illustrated covers of Vanity Fair magazine. Among the exotisms that he captured in his career are the portrait of the Mexican Itsmo in his 'Mexico South' (52-55), his studies of the Island of Bali (208), to his sketches at the rhythm of jazz in the incursions in the Harlem night. Sketches almost equal to those in the work of the 'Chango'.

Ernesto García Cabral, an extraordinary draftsman, began in the political caricature and, since the decade of the '10 already published his first covers. Juan Jose Arriola mentions that once, Rivera and Siqueiros answering the question - who was the best cartoonist in Mexico? They answered in unison: the Chango!

Cabral could take the country scenes of an idyllic Mexico (201), very much in tune with the 'Method', but without staying there. He portrayed the nightlife of the capital and on his covers of 'Revista de Revistas' (211-217) he embodied the most absolute and surprising Mexican urban chic, which does not ask for anything from the illustrations of the ' Gazette du Bon Ton" of those same years and that established him at least to the level of fashion illustration titans such as George Lepape and Paul Iribe.



page 212

His drawing goes through the styles of the time, from art nouveau to art deco. The Mexican decó was enriched with pre-Hispanic motives, although in the world at the time, art deco was known with several other names and among them: 'aztec airlines' allusion to a Mexican influence.

After a time of studies in the Paris of 1912, for the decade of the 20, his characters: a girl combed 'a lá garçon', a 'modern woman' driving her own car, and more than once girls of mestizo faces or frankly indigenous people wearing the most modern clothes imaginable, make him an extraordinary designer, a pioneer of Mexican elegance.

And probably the best illustrator of fashion in the history of the country.

Unfortunately in XXI century fashion education, illustration is one of the greatest and permanent dangers of mexican fashion. Pretext for exercises of more affectation than style, is drowned in gestures, strokes and eyelashes of a transvestite show. Forgetting that the good design is not for the exaggerated but for the complexity of form and function. Bad illustration, with giant signature, and terrible prismacolor and charcoal effects. An example of everything bad an equivocal process of teaching can make, one that privileges the drawing of awful Disney princesses instead of good design processes.

Certainly not so in the case of 'Chango' ...

What was used on the street at the time? - Maria Teresa Landa (214) was a girl of extraordinary beauty, in 1928 she was named the first 'Miss Mexico' representing our country in the competition in Galveston, Texas.

At a very young age married with a General of the revolution, coming back from her beauty journey she discovers the guy is already married -bigamy!, and in the fight about it, in self-defense ... she kills him.

During the scandalous trial, which the press of the moment collects in detail, it was caused such an expectation that speakers were installed on the streets in order to hear the trial by radio.

The fashion of the accused, in complicated mourning suits and sensational hats, along with her beauty created a media circus that surprisingly leaved her absolved. Devoting the rest of her life to being a teacher.

Whole generations were marked by the political drawings of Cabral, but also the elegance of his line will propose new ways for a fashion that is imminently on the verge of finding its pioneers ...

page 220

In the 1930s, the PRI was founded, with its antecedent the PNR. Both the Maximato and the Cristero war ended. The feminine hairstyles are not so short anylonger and now is used to accommodate it as little waves thanks to pincers and curls.

Cosmopolitan fashions are displayed on vitrins in Mexico city. The image of the 'Arrow Man' (218) came from the United States and was the work of J.C. Leyendecker, one of the most interesting fashion illustrators of the early twentieth century. These famous shirts were characterized by, the customer being able to use the base of the shirt - sleeves and body - with several sets of cuffs and necks, in order to change daily a fresh and clean spare, while the shirt was used all the week. In this more expensive and elegant version, it highlights the neck of bow tie. The booties seen here, have attached to the instep a structure that resembles the leggings of two decades ago. In the women's case there is a Spanish mantilla and shoes that are much more practical than those of men, because they are already closed with straps and buckles instead of the rows of buttons of the men's boots that had to be closed with a crochet.

Nationalism is seen both in publications (221) and in popular music and outdoor shows that were held in public forums such as the newly opened Lindbergh Auditorium in Mexico Park at the Capital, singers like Lucha Reyes performed.

Even so, only a few brave women chose the native costumes to perform at grand gala events, as seen in photos where Frida Kahlo appears in traditional dress among men of Frac and ladies in evening gown.

The cinematography captures much of the imagination of the country and a character like Dolores del Rio shows the possibility of triumph from Mexico to Hollywood. From her discovery in the mid-twenties to the end of the 30's, she played important roles in the silent film industry making the transition to the 'talkies'. In 1942 she began filming "Journey to Fear" in which she used a strange feline romper (223) and that would be her last American film to continue her career in Mexico within a cinema of ultranationalist values. In vintage images, the giant shoulder pads, the voluptuous skirts, and the platform shoes show that Dolores was the epitome of fashion and trends of her time, an issue that would continue in her life in Mexico (222).

The Mexican cinema walked in two narratives, on the one hand films like 'La mujer del puerto' (Boytler, 1934) presents the dangers of urban societies with loss of values of course showing cosmopolitan fashion, and in counterpart 'Allá en el Rancho Grande' (Fuentes, 1936) embodying the idyllic country life, traditional values, and peasant clothing. That is the same dilemma that would arise in fashion by the pioneers Valdiosera, Chatillón and Valdés Peza.

A 1938 movie 'Los millones de Chaflán' sums up these worries, a provincial gentleman wins the lottery, and millionaire overnight is spending the great life. A fashion runway appears on the film! With Palacio de Hierro clothing, incredibly similar to George Cukor's 'The Women' of 1939.



page 224

Once again, Valdiosera

Ramón Valdiosera was born in 1918 in Ozuluama, Veracruz in Mexico.
Cartoonist, painter, watercolorist; Of course Father of Mexican fashion ... but it is not so well known that for more than 20 years he was a professional cartoonist.

In 1936, with the American model of 'Union features syndicate' he founded in Mexico 'United Artists'. In order to sell services to the national and american publishers in exchange for royalties. As well as training their associates. All of which sounds super professional until you notice that the promoter of the idea has just turned 18, and his closest collaborators are between 16 and 17.

Ramón Valdiosera, the noted promoter is revealed as a talent in drawing but also as a character full of imagination and entrepreneurship in all kinds of creative adventures. : D

'The black diamond', 'Shanghai', 'Bill the daring millionaire' and 'Clark' are his first stories. His career in comic book drawing will reach until the 50's.

The ability to make very complex narratives, not precisely comic but with a sense of humor, that understand what the reader wants and keeps him interested, are all characteristics, which could summarize what it takes to create an efficient fashion brand.

In the comics medium, the so called 9th art, he is known as the 'Father or mexican comics'. Few, very few people should be...

pages 226

...so decisive in two disciplines as apparently different as fashion and comics.

Both based in drawing, Valdiosera himself complains that the comic book in Mexico did not have the space of growth that enjoyed in the United States, so only certain entrepreneurs being enriched. Although his drawing curiously tends to orientalism and the exotisism in comics, the series of choices that will lead him to become the champion of nationalist values in fashion, rely on his ability to undertake his research on the Mexican culture, and the possibility of using drawing as a tool not only for expression and artisticity but for design.

Antonio Caballero, the great Mexican photographer known in the circuit of art and galleries for having been the creator of the genre of the fotonovelas, tells us that he knew Valdiosera when Caballero did his first photographic exercises with Héctor García in offices in a building at the very beginning of the street of Bucareli, and casually there was also the workshop of the 'Father of Mexican Fashion'. He remembers him as an extraordinarily well-dressed young man, prone to the company of very good-looking ladies, who would later become his models and muses.

With the initiative of its multiple businesses, film direction, the design of handicrafts, Valdiosera, of course, entered the world of fashion, but from several fronts. A school of models, which is recorded in a set of photographs from the General Archive of the Nation (230, 231), which at the same time taught techniques of drawing and painting.
Another set of images of the AGN, in this case of the archive of the Mayo brothers, shows Valdiosera adapting artisan techniques to make painted fabrics with nationalistic motives, that later applied to his dresses designs.

He decided to convince the public 'that it was possible to make a Mexican fashion, vigorous and of great personality', as he told us in 'Mextilo, the film': 'A Mexican fashion, with Mexican materials'. : 0: D

page 227

With that beginning, in 1949 when Valdiosera was 31 years old, it was declared the first 'week of Mexico' in NY. The Master tells us: 'since it was impossible to obtain only Mexican materials, I realized that the color of handicrafts, the tone of the popular breads and sweets, the shade favorite of indigenous peoples is that of the bougainvillea. I hoped that Mexico could have a tourist attraction that people would identify. I made embroidery, applications and textiles all painted in that color. The Mexican models that we carried moved in a rhythm between traditional Mexican dance and ballet poses, which surprised the American press that outlined the birth of a new color: the Mexican Pink.

In the national perspective we still continue naming that tone as 'mexican'. But curiously in the world since 1937, the year in which appeared the perfume Shocking! of designer Elsa Schiaparelli, the color is known as Shocking Pink. In England it is still called that, although in the United States the name of the tone was transformed from shocking to hot pink in the 50's and kinky pink in the 60's. It is not common in the twenty-first century to hold this name, only happily in Mexico we know it well and we will always call it that.

This exchange of identities, what Mexico sended, what the United States gave back, is shown in the late 30's when the General Motors company set up trucks called 'futureliners' with exhibits showing advanced technologies such as the microwave oven and TVs. Called 'The Caravan of Progress' traveled through Canada, the United States and Mexico. Arriving here, and depicted in a curious series of the Archivo Diaz in the AGN shows models with Mexican clothing learning in each of the trucks the advances of the future technology.



(232, 233)

Page 234

In the radio waves

of XEW station, there was a program called "green moons" produced by Alvaro Gálvez who invited a panel of fashion personalities and Mexican culture to discuss about the existence or not, of an identity for a Mexican Fashion.
The announcer Pedro de Lille, the journalist Rosario Sansores and the three pioneers: Armando Valdés Peza, Henri de Chatillon and of course Ramón Valdiosera Berman. The position of the first two was the impossibility of a Mexican fashion, arguing:
_Henri de Chatillon - 'Impossible. Mexico is very backward, there are no materials, the fabrics are useless and could not compete with the European, and less with the North American'

_ Armando Valdés Peza - "There is no finesse, we do not have an elegant and refined culture that lends itself as the Greek, we are as culture still not mature in terms of fashion"

The discussion even bring the notion that the Mexicans' body was not aesthetic enough to become a canon. Materials, aesthetics and tradition were not enough for them: only the idea of copying from abroad a national fashion that would forever be only a reference to the outside. >: /

Fortunately, our hero replied:

_ Valdiosera - I believe that the gentlemen, in order to think, one in France and the other in Greece, do not know the country. They ignore the native materials, fine silk fabrics, delicate fragments and beautiful embroidery, and above all the collection of our past cultures in their type and personality "

While this was happening, people on the street consumed magazines like 'Paquita' that existed since 1936 and translated American materials, Hollywood trends and patterns for the



housewife to make their clothes, DIY was very common. (235-237)
page 240

Henri de Chatillón

Not so flattering 'The portrait of the hatter' painted by Diego Rivera about Henri de Chatillón in 1944. A rare piece, since it does not fit into Diego's nationalist canons. And it seems to have been commissioned by some rich

client of the painter and the dressmaker. On October 17, 1949 Time Magazine published a note about the designer:

'Son of a British father and a French mother - although some people doubt it and even say that he came from Pachuca, Mx -. Monsieur Henri was born under the name Henry Hutchinson in Paris in 1902. He arrived in Mexico in 1942 - in 1930 according to other sources - and set up a shop under the name of Henri de Chatillón, milliner, on the Paseo de la Reforma in a mansion that belonged to the mistress of Emperor Maximilian. (Reforma 260, in the Palm roundabout)

Their first hats were as fantastic as they were expensive, but they still sold like hot cakes. And sometimes they were almost edible: Chatillón discovered that if he heated steamed tortillas, molded them and then varnished them, he could make a salable hat. He made other headdresses with palma, the fiber that Mexicans use instead of wool, and the cheap straws with which the saddles are made.

In 1947 he extended the business from millenery to dresses, and thus it has become the Mexican referee of fashion. With 78 workers and a production of 1000 dresses per year. Some of his inspirations come from Mexican things, his fabrics are woven in Mexico, but his designs are mostly Parisian.

Chatillon has made the business of surprising his clientele a one of million pesos a year. Half an hour before the opening of the annual runway, the Packards and Cadillacs, from the unpunished Mexican midwives of the high society, stop traffic in front of their workshop and residence on Paseo de la Reforma.

Inside, they drink cocktails and judge the French and American models that show 60 models from afternoon suits, to gown dresses of open shoulders in the rank from 1,500 to 5,000 pesos each. Among the clients: Marga López and Dolores del Río.

The following month, he plans to start exporting dresses to major US stores, including the famous Neiman-Marcus stores in Dallas, among others. They will be copies of their most expensive models, priced between $40 and $50 dollars. With so many businesses, the bachelor Chatillon is too busy to think about social activities. 'I married my hats,' he tells us.

The photographic portfolio was made by Antonio Caballero, who reminds us that in his treatment, Chatillon was a somewhat pompous and effete gentleman (241, 242)



page 247

Perhaps the Mexican equivalent to Edith Head is the designer Armando Valdés Peza.

Fortunately, he maintained friendship with Salvador Novo, who knew him as 'Mandy' and refers multiple times to him in his chronicles of 'La vida en México' (The Life in Mexico) in the successive presidential terms he narrated, recording the life of the designer.

He died in Mexico City on the July 1st of 1970 of a massive infarction, in his residence. He was the grandson of the poet Juan de Dios Peza. He was an actor and writer, worked extensively in theater costumes, but even more creating the fashion of Mexican cinema. Ninety-seven films were his creation. Beginning with 'Yo bailé con Don Porfirio' (Martinez, 1942).

He was the great creator of costumes for María Félix, working with her in films such as 'Enamorada' and 'Río Escondido' (Indio Fernández, 1946 and 1948). To the extent that when Maria went on a tour of Europe took the couturier so as to have their creations at hand, becoming very close friends.

In the case of Dolores del Río, he made the costume of Flor Silvestre and María Candelaria (Indio Fernández, 1943 and 1944) and Doña Perfecta (Galindo, 1951).

Turning at least 'paradoxical' his statements in the radio program, and later his views in the magazine 'Nosotros' 1949, where he makes the stance with the opinion of the impossibility of a Mexican fashion. If something captured absolutely, and even fixed the values of our identity, were the series of films in which the gaze of the Indio Fernández, the cinematography of Gabriel Figueroa, the Mexican beauty of Maria, Dolores and Pedro Armendáriz, were the elements which combined, respond from the cinema with the same force than muralism, or the novel of the revolution. And it would not be conceivable without the clothes, designs and fashion of Valdés Peza.

n the chronicles of society it was said that on the balconies of the Opera of Fine Arts, the ones that shone the most were: Valdéz Peza and Trixi -who signed the majority of the articles of fashion in the following decade-. Valdés Peza was a social chronicler in Universal with the column 'Chronicles of Mexico', when he died the writer Luis G. Basurto inherited. Which shows that like Best Maugard, he was also a creator, an active socialite of the top Mexican circles.



page 248

A At the beginning of the xxth century the feminine beauty had as ideal the strange silhouette of the tiples of the Teatro Principal (199).

By the middle of the century the figure of the dancer had changed enough that now, instead of just being beautiful, they also had the attribute of being 'exotic'. Kalantan, Tongolele, are new types of beauty that challenge the aesthetic canons of the 'conventional' and the 'decent'. But it is not only the case of women, as we see in 'El rey del barrio' (Martínez Solares, 1949), there is a new type of 'heartthrob'. Germán Valdés 'Tin-Tan' is the Pachuco par excellence.

Oversized clothing, cross-section of giant shoulder pads, trousers with mid-waist, front and back tweezers, which has a leg cuff with button included to control the excess fabric. 'Caifanes' are named.- The phrase came from his way of speaking: a mixture of words in Spanish and English. Praising the fall of their cloths, they asked:
- Cae fine?. - Is it fine? Not only was the language, also the music, with them will arrive the first rhythms that later we will know with the name of 'rock'.

The silhouette of the 'Pachuco' is based on the 'Zoot Suit', the suit and the identity with which the african americans of the United States, at the time of World War II began to use as their own version of urban formality in costume. With the war, the 'Bracero' program demanded that thousands of Mexicans go to work to meet the production needs of the American fields. And when they returned they had adapted that fashion and with that the Chicano identities were born, 'neither here nor there'.

From Pachuco to Cholo, we are constantly evolving. In 2002 Federico Gama, the same author of the series of Mazahuacholoskatopunks (15,16), had made the series 'Top models' where he parallels the image of fashion with cholos de L.A. Who now live in Ciudad Nezahualcóyotl in Mx City. With the same dandyism of the yesterday pachucos, living now urban identities. (251-254). The 'Homies' are a continuous sample of that identity (255). What inspires the 'Malafacha' brand to take the Pachuco and explore it on a winter runway in 2011. (250)



page 256

The song of Mexico

Used to all kinds of stereotypes (68), the image of the Mexican is fixed through the kitsch imagery of our identities. Little would we expect one of the most delirious fantasies of our own 'Mexicanity' was made in Paris at Chatelet Theater in 1951.

Later on the play became the film: 'Le chanteur de Mexico' (Pottier, 1956). But in France they consider it quintessentially Mexican, even though for us it is almost impenetrable in its exoticism. That vision to date continues to exist, collections dedicated to Mx as inspiration take from everywhere from 'Apocalipto' (Gibson 2006) to Speedy González looking for that essence that we deny ourselves. But for example in Chicano imagery, in the painting of old calendars, in the mustaches of Frida, in all these things makes presence, that inasible essence.

In the fifties in Mexico the policy revolved around the idea of the 'stabilizing development', a model that sought to substitute imports, favor the domestic market and stop inflation. With such good results that even it was known as 'The Mexican Miracle'. Economic stability and growth - words unknown to later generations. Allowing the rise of new generations of fashion creators.

Pedro Loredo. He began his fashion career in 1953, sought to imbue his work with pre-Columbian influence, created coordinated suits in 1957 that became fashionable throughout the world until the following decade and transparencies in organza with pre-Hispanic motives from 1962. He presented In New York, and in Europe. Its name is associated with the creations of beauty contests like Miss Universe. And manages to have a presence on the important catwalks until very close to his demise on December 18, 2010 (he was born on September 5, 1923 in the DF).

Once dead a reflection arises: his fashion house was opposite the Palacio de Hierro Durango, with great successes in the past his name literally went with him. There is no continuity in which a Mexican house of fashion survives its creator in the sort we used the European houses do, where they succeed generations of creators under the same roof and with the common denominator of a firm: Saint Laurent, Balenciaga, etc. .

That will be one of the great signs of the consolidation of our fashion: when a brand lives more than ten years, it becomes a profitable business and can survive its founder.

The fifties will bring the consolidation of big department sotres as an influence on fashion through the landing of trends and brands of haute couture, the continued presence of our classic designers and new ways to be sexy and elegant in the city.

page 258



In 1958 when the 'El Palacio de Hierro' opened the Durango Street branch, there were only two stores. Very distant from the 23 stores that now, 67 years later they have. Things that we think are very modern, such as credit and the repayment of a part of the purchase in 'coupons' were already present from this time and stimulated the spending through aggressive seasons of offers. (259) The same in the Palacio, in Liverpool store, in the Puerto de Veracruz store, in the ateliers of dressmakers, and the great social occasions were held fashionable catwalks that were later commented in the social press of the time. (261, 264)

The female silhouette follows the same paths that Dior is imposing on the world. Narrow waist with wide skirts. As a consequence of the war synthetic fibers are accessible, and companies like Celanese Mexicana offer assortment of rayon, nylon and acetates in dressesmade of synthetic satin. (260)

In 1956, Christian Dior himself writes about his travel to Caracas, Venezuela to supervise the opening of a Latin American branch. Here in Mexico with the motto of 'so that our elegant do not bother with having to cross the Atlantic' the 'Palacio' has a special area in charge of Madame Rostan (265), every year she did the pilgrimage to Paris and saw Christian Dior's runways, by agreement with his house, brought the dress models to Mexico where construction was adapted and reproduced like expensive copies for the wealthy clientele. Of course with permission of the House of Dior: the dress was sold many times at high price, because it was under a licensing system, allowing so many times under such conditions, all signed in advance.

Marguerite Rostan had arrived in Mx in 1929 at the age of 22, with her husband, textile entrepreneur, and worked for the 'Palacio' for 77 years until she died in 2006. She was the first 'fashion stylist' in the country. In 1967 she was part of the decision to create the Salón Internacional inside the store.

The house of Maria Pavignani, was dedicated to the same tropicalization. Founded since 1920 in the street of Madero # 17, in the Iturbide Palace, serving a select clientele. (269)

Henri de Chatillon continues to hoard the social note, although the arrival of the Chilean creator Tao Izzo (sic) is felt. (269) He made in 1956 the dress with which Silvia Pinal poses in the infamous painting made for the actress by Diego Rivera. Itzo also ventured into film design in films such as 'La Generala (Ibanez, 1970) and 'Cuando tejen las arañas' (Gavaldón, 1979).



page 263

In those years the Secretary of Agriculture asks Valdiosera to campaign to promote Mexican cotton, but this scaled in a way, that along with some partners the brand 'Maya of Mexico' is founded.

Don Ramón decides that the classic line of the silhouette in Mexico were the great circular skirts. In the workshops the fabrics were painted, and they began with a branch on Juarez Avenue and then another in Zona Rosa, soon after they had 7 branches and even one in Beverly Hills. (231, 262 and 263)

Already since its campaign in 1946 the President Miguel Alemán knew the nationalist project of Valdiosera, reason why he gave him impulse and promotion. Many states did not have until that moment a 'typical dress', reason why Valdiosera approached to Governors and offered the project to them. So Valdiosera design among others the 'typical dresses' of Aguascalientes, Nuevo Leon, Tabasco, and the 'Chetumaleña' of the state of Quintana Roo.

It is paradoxical that the high society then, bought copies of luxury fashion but copies in the end, while a national production like 'Maya of Mexico' existed. From 'the 300' to the Duke of Otranto, to TRIXI, the fashion journalism were the social account of the period. (260, 265, 269).



page 271

'The boys watch the girls while the girls watch the boys who watch the girls go by / Eye to eye, they solemnly convene to make the scene/ Which is the name of the game, watch a guy watch a dame on any street in town /Up and down and over and across, romance is boss...' are the original lyrics of the Andy Williams song of 1964, that the 'Castro Brothers' covered with great success: 'Music to watch girls go by'. It was not earlier than 1953, when Mexican photographer Nacho Lopez threw a model to walk into Madero St. with an incredibly fitted dress, that the reaction of the men would be unthinkable in the 21st century: compliments, howls and twisted necks to watch the girls go by. (266, 267)

In the sixties, the arrival of the mini-skirt and dresses that were almost unthinkable just ten years ago are only a symptom of the profound social changes that will take place in the world, not only in Mexico, but also the pill, the sexual revolution and the women's lib movement.

In those years Tufic Yazbek (1917-1979) was part of Studio Yazbek with his partners Alfredo, his brother, and his nephew Edmundo Feres Yazbek. Working with the movie stars of that time, they had the connections to facilitate access to the cinema of his other nephew: Mauricio Feres Yazbek Garcés, better known as Mauricio Garcés -the male lead of mexican cinema in the sixties (288).

Uncle Tufic had married Zaida Fuentes ... of Yazbek. And doing that he had the same fate as the photographer Irving Penn when he married Lisa Fonssagrives: not only did he find a marriage but the opportunity to always have at hand a woman of such extraordinary beauty who collaborated to make his photos even more extraordinary.

If the fashion industry in Mexico had been more developed, Tufic Yazbek would have become one of the big names in fashion photography in the world. The commercial use of his images was the advertisements of his time.

(272-277). Beer, cola, in elaborate sets and sometimes made with projected backgrounds of his invention. Still fashion photography with excellent manufacture, today his work is forgotten. :(:..(

In that decade, the one called as the 'Dean of Mexican Fashion': Manuel Méndez enters the scene. After a late vocational crisis -he had been born on 12/9/30- he had his first contact with fashion in a family workshop in 1961. Self-taught he dedicated to perfect in haute couture techniques, obtaining the contract for the production of Lanvin in Mx. And by the end of the decade get the attention of the Palacio de Hierro, inviting him to be part of the 'Salón Internacional'. This salon was created by its advertising director Charles Kovec in 1967 to bring to Mx international brands and organize grand luxury runways.



page 280

The three emes

In 1980 he presented his first collection in Paris, with Mexican embroideries in the dresses, applications that were common in his designs and that saw in Mexico a continuous source of inspiration. On September 21, 2014, the world of fashion, shocked, received news of his death.

A person full of charisma and good heart, that made him one of the most beloved characters of Mexican fashion. A few years earlier, in a memorial of Father's Day, in the 'Reforma' newspaper, Fernando Toledo and Lupita Aguilar commented that he was the father of a generation of designers: Blanca Estela Sánchez, Gerardo Dragonetti, Ricardo Reyes, Héctor Terrones, Armando Mafud, Eduardo Luengas, Arturo Ramos, Bertholdo Espinosa & Jesús Ibarra, Faustino Monroy and Guillermo León.

Perhaps in that teacher-apprentice relationship one of the most successful alliances was with Enrique Martínez, who was Mendez's assistant for 6 years before going to study in Paris and being hired by the house of Hubert de Givenchy, where he get into the First assistant position. In 1982 he returned to Mexico at the head of the Marsel house, which was a leader in national production. In 1983 he presented his high fashion collection for the Salón del Palacio de Hierro. Born 15/12/1950 in Culiacán Sinaloa, died 26/11/1999. On his death, a businesswoman, Elisa Salinas opened the boutique Enrique Martínez on Madison Avenue in NY, a project that closed in 2002.

During the seventies Manuel Méndez and Enrique Martínez along with Gene Matouk were known as 'the three emes' of Mexican fashion.

The latter, of Lebanese origin, was born on 08/08/1925 and died on 27/09/1997. Matouk had studied architecture and then moved on to fashion. He designed evening gowns and cocktail dresses, but he emphasized that every piece should be able to be used daily too. In the images of the time his creations are in tune with Halston and Dvf.

In 'Modista de señoras' (Cardona, 1969), Mauricio Garcés plays the role of a couturier named D'Maurice who pretends to be not quite 'manly', so he can be close to his female clients who become his secret lovers on occasion. And his 'enemies' are three envious designers who follow him everywhere, in one of those cases where reality imitates art.

In the sixties another designer is Esteban Mayo. He studied medicine in his youth and then had a cinematographic career of relative success. After a long illness that prostrated him in a bed where all he could do was draw, he became a florist and someone asked him to make a wedding dress according to the bouquet he had created. From there he made a career of surprising success, performing at the International Fashion Show in Paris. It had a great fashion house on the street of Gutenberg 39 in the colony Anzures of the capital. And for the 80's surprisingly turn shift and became mystic, astrologer and reader of the tarot. His hit were the wedding dresses. He was born in o5/o1/1927. (282)

page 283

LIFE MAGAZINE 08/06/1964
(facsimilar magazine) colección trendo.mx

Famous for his wedding dresses, where Mayo let loose his creative imagination. The dress Ana Maria wears in top image, whom he calls 'Novia Reina', one of the most admired, is a satin made especially by the Celanese Mexicana, S.A. It wears a veil of illusion tulle with ribbon bows and a mantle inspired by that of Moctezuma, whose panneaux are embroidered in straw, Mexican rock crystal and iridescent baccarat bubbles. The dress, with a fitted bodice and embroidery, takes the skirt in A cut. The veil surrounds the headdress of orange blossoms and rhinestones. To the left, the actress Elsa Cárdenas takes another model of Mayo. It is a two piece wool suit, in a typically Mexican blouse with floral embroidery. At the Palacio de las Mariposas in Teotihuacán, Ana María is also presented here in a dance costume, with an embroidered panneau that can be removed and used as a stole (right). The headdress is pearls and pink 'bread crumb' flowers.



Page 286

In the 1970s, the mirage of modernity being constructed by populist governments, will end in a generalized economic crisis, following the promise that 'now if' Mexicans should be prepared to manage abundance. In that context, national brands and creation existed without threats like the 'fast-fashion' we know today: a parallel world where you did not have to compete with Inditex. The youthful cool brands were from Mexico for once. This was the case of Aca Joe, who originated in the port of Acapulco with an entrepreneur named Joseph 'Joe' Rank.

Producing denim clothes that young people perceived as fun and trendy. The popular fashion sold in stores such as 'Milano', the 'Taconazo Popis', (294-297) where brands such as Topeka - the Mexican response to Levi's -, Panam - the Mexican sport shoe par excellence, and unforgettable brands such as Canada footwear, socks Donelli, or the High Life suits.

Masaryk was not yet the street of boutiques in Polanco, until '79 when Niobe Lopez Ostalaza had the idea of setting the boutique 'Frattina' the first to bring imports into a fashionable luxury market in Mx.

Mexico did not have a red zone of tolerance, then a group of intellectuals, among them the painter Jose Luis Cuevas turned certain neighborhood, the Zona Rosa, into a pole of attraction of the luxury, the bohemia and the gastronomy. Shops like the 'Paranoia Boutique' of Arabella Batiz (293) made their appearance selling cool clothes for rockers with expensive tastes, clothes brought from UK: platform shoes, military uniforms like those in 'Sgt. Pepper', Union Jack t-shirts.

Shops such as 'Girasol' in the street of Florence sold garments with profuse applications in brightly colored drawings with ethnic influences. Or the 'Águila Descalza' that also alluded to nationalism. In the immediate vicinity there were houses of designers like 'Mitzy' or 'Willy Mena', where the production was not industrial, but created fashion very specif fashion for a party clientele or showbusiness. Ending the fitting, the customers went to Tea Saloons like the 'Esteba' and the 'Duca d'este' - a world of elegant places long before the proliferation of a convenience store in each corner.

- Variety: on the one hand designers and established brands, but on the other creations for young people, for countercultures, coexisting with cheesy dressmakers specializing in boring evening dresses. In which of these directions is true fashion? - in all, in what is really seen in the streets and ends up being the spirit of the time.

In the aforementioned film 'Modista de Sras.' of the previous decade, the real costume designer was Rubén Maytorena. Now 'Click fotógrafo de modelos' (Cardona, 1970) evoked in the figure of the photographer the great lenses of that time like the too soon deceased Max Clemente, the creator Nadine Markova and of course Carlos Contreras for the magazine 'Claudia' (304- 307).

page 287

Permanently, Mexico is a conservative society. When the government allowed go-go dresses with scandalous miniskirts as official uniforms in both Mexico '68 and the World Cup of '70, was because the clash of the modern world could not be stopped. (284-285)

At the end of 1971 in Avándaro, 'Rock and Ruedas' festival was the Mexican equivalent of Woodstock. Literal translation of 'Rock & Roll', at a time when the groovy magazine was the 'Piedra Rodante', the Mexican 'Rolling Stone'. In its pages announces the 'other fashion' that sought a youthful expression, through the 'DIY' - Do it yourself - with the advice to customize your denim (291). Or the surprisingly conservative note of the magazine, along with the 'Avándaro's naked girl', emphasizes that this is a youth that almost does not smoke marihuana and if it does, it is in little doses and secretly, just like it was just seen in the concerts. :O (292)

Who has lived through that time surely remembers fondly, not only the Salón Internacional in the lower part of the Palacio, Durango, but the stamped paper bags where they sold all kinds of fashionable merchandise. (295, 296).

page 299

The whole contemporary culture of fast-fashion comes from a time in the sixties in London, when the designer Barbara Hulanicki founded what would be known as the most beautiful shop in the world: BIBA. It was not the idea of a brand but rather of a department store in which all kinds of products were sold from clothing to beauty. Constantly pulling new item to the sales floor. In vogue with the youthful taste for art deco the logo and store were inspired by that style.

Pixie Hopkin was born in Singapore on 12/04/1942 as her parents traveled due to World War II. Still she is considered of Irish origin. Eventually she met the Mexican Juan Jose Gurrola - legendary character of the counterculture in the Mx of the 60's - and married him. So she came to Mexico City to be a singer and actress. In her second marriage, it turned out that the new husband was a publicist on the tv program 'Siempre en Domingo' and Pixie was doing the costumes for the show. Which caused great demand for those clothes.

Selling wigs and false eyelashes, the Pixie brand was already legendary, but it was added the clothing line with a certain air that recalled the Biba trend. She put three boutiques in Zona Rosa, Satelite and Polanco and also sold in Palacio de Hierro. She extended her sales to the United States selling in Saks, Nordstrom, Neiman Marcus and even in Bergdorf's Goodman.

As she told us in the interviews for 'Mextilo: the film' (Prado, 2014) even when she was so successful that she had 42 stores, 5,000 points of sale for eyelashes and hundreds of employees, successive crises In the 1980s, since the earthquake, devaluations, and the subsequent opening of free trade, made the survival of the brand increasingly difficult, there was a great change in the taste regarding the size of the hairstyles, people were looking for foreign brands, until the brand eventually closed.

Pixie continued to actively work for Palacio de Hierro in the area of trends research, well into the 21st century.

Her style full of fun looks, with giant wigs and eyelashes, made it the perfect occasion clothes for the decade of disco music. Her legendary name continues to resonate in the memory of Mexican fashion. In the collections shared with us by her, we see garments that can perfectly compete in parallel with the Kenzo and the Rykiel of those same times. (300, 301)

Page 308

Beachwear, cocktail dresses & night dresses

The announcement calls: with two stores, one in Acapulco on Hidalgo St # 22-1 and in Mexico City in Florence St # 41 Zona Rosa. The stores' owner was Julio Chávez. Publishing his autobiography in 1991, 'Vestidas y Desvestidas' where he declares himself the 'Modista de las Estrellas' -fashionista of the stars-. The book, a plethora of anecdotes from the tv world that seems fascinating to many people, being evident since the book was published in a whopping 10,000 copies in successive editions. Julio was born on May 18, 1920 in Ahualulco de Mercado, Jalisco.

On December 21, 2002 Chávez died in the usual conditions in which his brand was extinguished along with him. He had worked since the 1930s, and he had created both Mexican gold cinema era fashions, and dresses of the rumberas and the vedettes. In the 70's he had his biggest success receiving prizes like The Golden Thimble and the Gold Scissors. As a Jalisco designer, he was recognized by his state, so he was sponsored to present a collection in Paris. He had a style of much rhinestone and embroidery, with silhouettes of great sensuality - it is said that the dress the model wears in the photos of Nacho López, was his creation. (266-267) Another common element was his fusion of dress forms being integrated with the rebozo & the mantilla, adding traditional pieces to modern cuts.

In editorials of the Claudia magazine his fashion is seen parading in European cities, from Poland, to the streets of Paris. And there the applications of Mexican motifs coexist with a modern silhouette according to its time. These productions were taken from Mexico to these scenarios and published here in a totally independent way, at a time when the editorial boom makes Mexican magazines such as Claudia, Vanidades, Activa, etc. were profusely consumed.

Marqués del Rivero in Insurgentes Norte St, the tailor Ignacio Orendain selling in the Salón Internacional del Palacio de Hierro, Laila Bath, Esteban Matisson, Jesús Ochoa in Guadalajara, are just evocative names of almost no written memory.

Josefa Ibarra and the Águila Descalza was a brand full of nationalism. Its designer was born in Sabinas in Nuevo Leon, in the early 50's and living in Puerto Vallarta she began making jewelry and beachwear. She was discovered by international celebrities and their style of caftans in colorful cottons, with a lot of mexican influences and at the same time 'folk', make her to have a very successful business, even with store in Boston and presence in the big retail stores in Usa. There are those who praise Josefa with superlatives, but mexican fashion history has a feminine figure equivalent to Valdiosera, but certainly not Josefa (377).

In the image taken in a large store by the young Adolfo Patiño (309), it is seen that fashion as much as identities were changing in the seventies. A popular figure that marked the public's taste was Juan Gabriel (298) who would have been unimaginable a few decades ago in which machismo only allowed male prototypes like the Charro Cantor -Pedro Infante. Abel Quezada, the great cartoonist, makes a comment about fashion as a plot of the 'third sex' and that's why there was a profusion in the 'unisex' fashions of that time. Comment on margin, in a corner of the cardboard, Valdiosera prefers to escape from that plot.

Page 311

And then the 80's

A new and fresh start for an optimistic decade. That will end with economic crisis and devaluation; Aids and the biggest earthquake, making this time a true paradigm shift.

On 9 December 2015 Sergio Ocaña died of pneumonia. Sampetrino Designer, regio, who in the 80's changed his studies of architecture to fashion, studying in St Martins and founding the brand 'Concepts'. Ocaña along with Zulema Olivares, Ramón Guerrero and Marcelo Ríos achieved memorable times for fashion in northern Mexico-Monterrey.

At the end of the 70's, Anna Fusoni had established the Semana de la Moda -first mexican fashion week, at the same time she became a fashion columnist for the Ovaciones and Novedades newspapers and promoted her Salon Boutique. (318)

Ricardo Santana with echoes of Mugler and Montana 'a lá mexicain'; Julian Maceda in men's clothing, Ramón Herrera and Alejandro Solís, Liz Kena, Miguel García, Juan Briseño, Isabel de Grenada, Monica Aboumrad, Jana Jaffe, Martha Riestra and the Aspasia brand, Wanda Amieiro and Javier Lario.

The Spaniard Lario (319-321), began his career in 1979 as a window dresser and fashion designer at Pixie Fashion (291-301). In 1980 he created his own line of accessories and a year later he launched his first collection of clothes. Since 1982 he made television programs like Videomoda and Video-cosmos. He was responsible for the image and costumes of Valores Bacardi and designed the image of Alejandra Guzmán, Thalía, Yuri, Pandora, Eugenia León and Mecano. (singers)

Wanda Amieirio, designer of Puerto Rican origin, began in 1986 and since then she sold in el Palacio. Eventually in the 21st century she was joined in design by her daughter Oriela.

Translated content continues in 436



david alfaro siqueiros / 'a la que ha de venir' / ilustración para 'con la sed en los labios' de ledezma / méxico moderno / 1919

MEXTILO: ACTIVIDADES / RECORTA Y ARMA















9. SAN GABRIEL - CHIAPAS

7. MESTIZA - YUCATAN

8. OTOMI - HIDALGO

2. CHINA POBLANA - PUEBLA

1. AMUZGO - OAXACA

3. CHINANTECA - VERACRUZ

MEXTILO: ACTIVIDADES / RECORTA Y ARMA

MEXICAN COSTUMES EL SIGLO XX

TRAJES REGIONALES DE MEXICO
INSTRUCCIONES PARA ARMARSE

FORMESE UN CUCURUCHO ENCAJANDO LAS RANURAS DE TAL FORMA QUE EL BRAZO DE LA DERECHA QUEDE A LA IZQUIERDA Y VICE-VERSA. LUEGO INTRODUZCASE LAS PUNTAS DEL REBOZO EN EL CORTE DE LA CINTURA.

1. AMUZGO - OAXACA
2. CHINA POBLANA - PUEBLA
3. CHINANTECA - VERACRUZ
4. HUASTECA - POTOSINA
5. JAROCHA - VERACRUZ
6. MAZATECA - OAXACA
7. MESTIZA - YUCATAN
8. OTOMI - HIDALGO
9. SAN GABRIEL - CHIAPAS
10. TEHUANA - OAXACA

EDITORIAL MEXICO, S. A. ISABEL LA CATOLICA 30. MEXICO, D. F.

traditional mexican costume / cuaderno de actividades / 1964 / biblioteca trendo.mx

sinafo fototeca nacional / emiliano zapata / 1914 * inserto miguel covarrubias / mexico south

COVARRUBIAS

GENERAL EMILIANO ZAPATA

Esto lo aprendimos del gran jefe guerrillero.



¡Moda y libertad!

El último alarido de la moda es el que uno mismo da por sus pistolas. Ya estuvo suave de, moldes chafas y trapos elegantes. Hay que vestirse como Mick Jagger, monje budista, vampiresa del cine mudo, guerrero azteca, Sor Juana, vietcong, Tongolele, juglar o (¡nada más miren esas playeras acá!) zapatista. Fonky les puso las carrilleras. ¡Jijos del maís! Es como rolarla de guerrillero bigotudo por la calle, el cine o Chapultepec sin correr el riesgo de que lo truenen a uno. Por cierto, esta playera zapatista es sólo un adelanto de la nueva y cotorra línea de Fonky. Al rayo verán. Y como ya dijimos, las playeras Fonky están confeccionadas con materiales de la más alta calidad, no obstante su precio de verdadero aliviane, simón. Sólo $ 37.50 las tallas del 6 al 12 y $ 39.50 del 14 al 40. Diseños originales, exclusivos, en los más llamativos colores, a prueba de polilla. Gamuza de algodón a prueba de agua, no encoge ni un tris, indeformable. Estampados firmes, eternos. Sólo es cuestión de que le llegues, de que tú mismo por tus carrilleras grites: ¡Moda y libertad!

Par, S.A.
Fonky. Ropa de aliviane.

Liverpool - Paris Londres - Climax - Palacio de Hierro - Sears Roebuck - Woolworth - Comercial Mexicana - Aurrerá - Suburbia - Radar

moda y libertad / anuncio de fonky ropa de aliviane / revista piedra rodante #8 / enero 1972 / colección trendo.mx



la revolución mexicana

'La bola', las adelitas (157) y la gesta que estamos acostumbrados a ver de manera ascéptica en la televisión, es la versión falsa de lo que pasó; protagonizada por la belleza de Dolores del Río y la apostura de Pedro Armendáriz

Aunque a todo mundo se le olvida, fue la primera revolución social del siglo XX. 1910, siete años antes de la revolución Rusa. (exactamente igual que el regreso del PRI en el siglo XXI es la primera revolución retro antes del Brexit, el No en Colombia y el señor Trump)

'las soldaderas son más típicas en sus costumbres y carácter. Andan cubiertas de andrajos y desconocen el uso del jabón y del calzado. [...] acompañan al marido en sus marchas militares [...] en el campo de batalla llevan agua a los heridos; y despojan a los muertos del vestido, dejando sólo un calcetín a los oficiales para que por él pueda reconocerse su categoría.

[...] saben guisar, coser mal y lavar la ropa del marido, pero no la planchan[...] tienen fidelidad absoluta y abnegación incondicional por el marido; y acatamiento de segundo grado a la oficialidad del batallón o regimiento.

Estas mujeres que acompañaban a la tropa, conseguían para alimentar al batallón y en tren conocieron todos las localidades del país. Al acabar la revolución llegarían en masa a vivir en la ciudad, una vida de vecindades.

Los varones de grupos populares solían portar calzón y camisa o sábana de manta, e iban descalzos o con huaraches, mientras que los más prósperos gustaban de vestir a la 'europea', usando pantalones, chaqueta, camisa y calzado. (196) [...] Según los autores de la época, las mujeres vestían huipil sin utilizar calzado alguno o bien portaban enaguas de percal o 'faldas amponas y tiesas' y rebozo de bolita.

El aseo no estaba a la orden del día, ni había agua corriente, y además el jabón era tan caro que mermaría el 25% de los ingresos de esta gente. Las ropas tampoco se lavaban frecuentemente, había escasez de agua y de recursos económicos. La gente tenía un sólo cambio de ropa.

En contrapartida, la clase acomodada comenzaba a poblar la exclusiva colonia Roma. Entre ellos, la 'gatita blanca': María Conesa -primera tiple de las tandas (o sea, estrella del escenario). Que a muy temprana edad ya hacía las delicias del público no sólo por su talento para el canto sino por lo 'sicalíptico' de sus representaciones.

Su vestido (199) una vez más acorsetado, recuerda a la imagen de 'la Bernhardt' en los anuncios de Mucha con 10 años de retraso... La silueta en 'S' a destiempo, se mantendrá durante la década del 10 en la que la revolución no permitía tantas 'frivolidades' en la adopción inmediata de las tendencias de moda.



maría conesa / imagen de la década del '10 / colección trendo.mx



enrique díaz / mujeres bandera / circa. 1920 / archivo general de la nación / fondo díaz delgado y garcía / subcaja 12/12

REVISTA DE REVISTAS
EL SEMANARIO NACIONAL

ernesto 'chango' garcía cabral / revista de revistas / 1º de agosto de 1927 / colección trendo.mx



la línea de la moda

El abandono del corset, es el signo evidente. Aunque en realidad fue gradual, o muy específico. Sólo aquellos cuerpos extraordinarios que en sintonía con la gran bailarina Isadora Duncan podían revivir el 'Chlamys' griego sin ponerse estructura debajo, así lo hicieron.

El principio del siglo XX vió un breve revival por el vestido Imperio, -que culminará en el vestido Delphos de Mariano Fortuny. Aunque pronto bajó la cintura a medio muslo por la influencia del kimono. (210)

En Europa después de Poiret la aparición de la silueta Chanel, luchará por ropa más práctica para las mujeres del mundo. Sin olvidar que eso era sólo para las más jóvenes y arriesgadas. Al mismo tiempo Lanvin proponía el 'robe de style' (217) un revival de la silueta de María Antonieta con una cadera gigante, que era para las matronas, las mujeres casadas, todas aquellas que no tenían esa silueta de 'jovencito'.

El peinado que hace furor era el 'Bob'. Con el pelo relativamente corto, al frente llega a la altura de la mandíbula, pero por detrás se levanta arriba de la nuca. !Pelonaaaaas! les gritaban a la salida de la preparatoria de San Ildefonso. (211, 214, 215)

La moda de las flappers, o chicas modernas, fue muy limitada a la ciudad de México. Divas culturales como Tina Modotti, Antonieta Rivas Mercado y Nahui Ollin posan en las fotos con los ojos cubiertos de ollín negro al estilo aprendido en las estrellas del cine mudo.

Esa estética está presente hasta en algún retrato de una muy joven Frida Kahlo posando con el traje de muchacho y el pelo engominado.

Poco tiempo después Frida sufre su infame accidente y queda inmovilizada en su cama sin poder hacer nada. Su Papá le llevó, casi obligándola, un pequeño libro didáctico:

'El Método de dibujo, tradición y surgimiento del Arte Mexicano' que acababa de salir editado por la Secretaría de Educación Pública en 1923. (203-206)

Después de la revolución José Vasconcelos quedó al frente de la cultura del país. Con el objetivo de encontrar maneras de expresar y articular lo mexicano, dio impulso en todos los frentes a las artes, al muralismo, a nuevas formas en la danza, la literatura y por supuesto el dibujo.

En el 'método' lo que Frida encontró fue una serie de pasos para expresarse de 'manera mexicana' a través de la plástica.

Cosas que encontramos a lo largo de todo el país y que creemos que son mexicanísimas como esos listones que cargan los pajaritos en el pico donde hay letreros escritos (209), la forma en la que se representa la naturaleza en mil maneras en la artesanía. Todo eso son expresiones que tienen origen en el método...

adolfo best maugard / método de dibujo tradición resurgimiento y evolución del arte mexicano / sep / 1923 / colección trendo.mx * insertos andonella / 2015

se cruce ni se enmarañe, o se oculte o se sugiera inútilmente; todo está a la vista, todo impresiona a la vez, todo está sintéticamente representado, todo vive su vida propia y, sin embargo, por relación con las cosas cercanas que lo rodean, todo vive y se armoniza con lo demás, como si se tratara de un acorde musical; además, en todos y cada uno de sus insignificantes detalles, se reconocen siempre algunos de los motivos fundamentales que nos hacen sentir, que constituyen la propia y genuina expresión mexicana.

Como ya lo hemos dicho antes, nuestro estudio toma como base los siete elementos primarios característicos del arte aborigen. No nos ocuparemos de su simbolismo sino que los consideraremos simplemente desde el punto de vista estético. Estos motivos tienen en el arte nuestro la peculiaridad de que, al combinarse, ni se cruzan, ni se entrelazan, con lo cual, estéticamente hablando, resulta una enorme pureza de cada línea, pues la podemos seguir y nunca sentimos el choque con otra que la intercepte. Por tanto, nos hace sentir la expresión de cada línea sin que su armonía se rompa, y esto hace, también, que todas las manifestaciones de nuestro arte tengan una gran claridad; cada cosa vive por sí sola, aislada del resto, aunque armonizada con el resto; esto, por último, constituye una de las más bellas características del arte mexicano, y es seguramente lo que puede hacerle muy superior a los artes de otros países.

ORIGEN Y SIGNIFICACION DE LOS SIETE ELEMENTOS PRIMARIOS

Los elementos primarios de casi todos los pueblos, en sus primeros intentos de arte, son o se pueden reducir a variantes o derivaciones de la recta y el círculo. Estos signos primarios fueron cosas sagradas, y objetos de adoración, pues representaban a los dioses.

Tenemos la espiral, desarrollada hacia la derecha o hacia la izquierda.



El círculo, seguramente estilización del sol y los demás astros.



El medio círculo cortado horizontalmente, usado separado o bien continuado en forma de *M*, posible representación de la luna, el arco-iris, etc.



El motivo de la S, o *curva de belleza,* como se le llama en el arte griego, está formado por un medio círculo hacia arriba y otro hacia abajo formando una verdadera S, y unida una tras otra, forma el muy conocido desarrollo que sugiere el movimiento de las olas.



La línea ondulada, seguramente representación del ondular del agua, o de la serpiente, está formada por un medio círculo hacia arriba, unido con otro medio círculo hacia abajo, y así alternativamente.



La línea en zig-zag, seguramente la estilización del rayo, la cual se usa también vertical, horizontal o diagonalmente, in-

tegrada por una línea simple o por paralelas con ángulos más o menos abiertos.



La línea recta la cual se usa vertical, horizontal o diagonal mente, de preferencia en paralelas.



No existe el motivo del rectángulo o del cuadrado (rombo) como un motivo primario, pues es solamente usado a manera de jeroglífico para representar atributos del Fuego, o bien otras cosas como por ejemplo un día de la semana, el numeral 10, etc.; lo mismo sucede con el triángulo que representa el numeral 3, con las líneas en forma de cruz que son representación del numeral 4, etc.

Por tanto, debemos abstenernos de usarlos, pues no son motivos propiamente decorativos, sino más bien representaciones jeroglíficas.

El motivo de la línea ondulada en ciertas regiones de la República, sufre una alteración semejante al de la espiral, desarrollándosele en forma cuadrangular, como un almenado.

LOS SIETE ELEMENTOS PRIMARIOS DEL ARTE MEXICANO

El primer elemento es la espiral desarrollada ya sea hacia la izquierda o hacia la derecha, de un modo simple o doble, más o menos cerrada, y la cual, a veces, al armonizar dentro de líneas paralelas, toma la forma cuadrada.



El segundo elemento es el círculo o circunferencia, el cual se usa de un modo concéntrico o bien solo o al lado de otros en

Adolfo Best Maugard era el autor del libro, estaba al frente de la enseñanza de las artes plásticas y con su libro tuvo influencia sobre miles y miles de niños en la década de los veinte.

El se dió a la tarea de identificar cuáles eran los elementos comunes a los pueblos antiguos y particularmente a los prehispánicos en su expresión plástica, llegando a la conclusión que todo arte se basaba en cinco formas básicas. (203-206). El alumno debía ensayar con ellas para luego combinarlas en tramas y 'petatillos' bajo una serie de reglas: nunca cruzar las líneas, no hacer perspectiva, etc.

Una vez iniciados en lo ornamental, el libro contenía ejercicios para representar la flora y la fauna me-xi-ca-nas. Y dominado todo esto se pasaba a los ejercicios verdaderamente complejos: la gente, los animales, para culminar con el escudo nacional y la figura de la virgen de Guadalupe.

No sólo Frida Kahlo, sino también Abraham Ángel, se vieron influenciados. Best Maugard ya había cumplido sueños de la identidad mexicana, como la vez por ahí de 1919, en la que colaboró con la bailarina Anna Pavlova -proveniente de 'Los Ballets Rusos' y por lo tanto a sólo dos grados de separación de la moda de Paul Poiret en Europa- para que bailara una 'Fantasía Mexicana' vestida de ... !China Poblana!!

Con su obra e influencia sienta bases nacionalistas en la plástica, que luego estarán en el subconsciente de los diseños y la moda de índole nacionalista durante el resto del siglo. Su extraordinaria vida social en la que se dice descubrió y promovió a Dolores del Río, retozaba con Frida y Diego, y departía cercano a Miguel Covarrubias y hasta al 'Chango' Cabral (209). Los tres juntos dibujaban un arco de influencias que abarcaba a los creadores de todo tipo en ese principio de siglo y que con ello serán determinantes en un arte 'menor' el del cómic de donde surgirá el pionero Ramón Valdiosera Berman. (224)

Covarrubias en la década de los treinta vivía en los Estados Unidos y desde ahí ilustraba las portadas del Vanity Fair. Entre los exotismos que captaba en su trazo están desde el retrato del Istmo mexicano en su 'Mexico South' (52-55), sus estudios de la Isla de Bali (208), hasta sus bocetos al ritmo del jazz en las incursiones en el Harlem nocturno. Bocetos casi iguales a los que hay en la obra del 'Chango'.

Ernesto García Cabral, dibujante extraordinario, comenzó en la caricatura política y desde la década de los '10 ya publicaba sus primeras portadas. Juan José Arriola menciona que platicando Rivera y Siqueiros y respondiendo a la pregunta - ¿quién era el mejor dibujante de México? contestaron al unísono ¡el Chango!

Cabral podía tomar las escenas campiranas de un México idílico (201), muy en tono con el 'Método', pero sin quedarse ahí. Retrató la vida nocturna de la capital y en sus portadas de 'Revista de Revistas' (211 -217) plasmó el más absoluto y sorprendente chic urbano mexicano, que no le pide nada a las ilustraciones de la 'Gazette de Bon Ton' de aquellos mismos años y que lo pone por lo menos al nivel de los titanes de la ilustración de moda como George Lepape y Paul Iribe.

VANITY FAIR

FEBRUARY 1936
PRICE 35 CENTS
© THE CONDE NAST PUBLICATIONS, INC. V F

miguel covarrubias / revista vanity fair / febrero 1936 / colección trendo.mx

Best Maugard

'fito' best maugard y miguel covarrubias / circa 1930 * inserto retrato de best maugard / andonella / 2015

sinafo fototeca nacional / maría conesa / flapper en un espectáculo de teatro / circa 1920 * inserto el 'chango' cabral /

Revista de Revistas

El Semanario Nacional

Vea Ud. en este número nuestra información intitulada "EL REINADO DE LAS PELONAS".

ernesto 'chango' garcía cabral / revista de revistas / 25 de mayo de 1924 / 'el reinado de las pelonas' / colección trendo.mx

Su dibujo transita por los estilos de la época, del art nouveau al art decó. El decó nacional se enriqueció con motivos prehispánicos, aunque en el mundo en su momento se le conoció con varios nombres y entre ellos el de: 'AZTEC AIRLINES' hacendo alusión a un ensueño mexicano.

Después de una época de estudios en el París de 1912, para la década de los '20, sus personajes: una chica peinada a 'lá garçon', una 'moderna' manejando su propio coche, y más de una vez chicas de facciones mestizas o francamente indígenas portando la ropa más moderna imaginable, le hacen ser un diseñador extraordinario, un pionero de la elegancia mexicana. y probablemente el mejor ilustrador de moda en la historia del país.

POR DESGRACIA EN EL XXI LA ILUSTRACIÓN DE MODA ES UNO DE LOS PELIGROS MÁS GRANDES Y PERMANENTES DE LA MODA MEXICANA. PRETEXTO PARA EJERCICIOS DE MÁS AFECTACIÓN QUE ESTILO, SE AHOGA EN GESTOS, TRAZOS Y PESTAÑAS DE ESPECTÁCULO TRAVESTI. OLVIDANDO QUE EL BUEN DISEÑO NO ES POR LO EXAGERADO SINO POR LA COMPLEJIDAD POR LA FORMA Y LA FUNCIÓN. MALA ILUSTRACIÓN DE MODA, CON FIRMA GIGANTE, Y EFECTOS TERRIBLES DEL PRISMACOLOR Y LOS GISES. EJEMPLO DE TODO LO MALO QUE PUEDE HACER UN EQUÍVOCO PROCESO DE ENSEÑANZA QUE PRIVILEGIA EL QUE SE DIBUJEN PRINCESAS DE DISNEY EN VEZ DE BUENOS PROCESOS DE DISEÑO.

Ciertamente no así en el caso del 'Chango'... ¿Qué se usaba en la calle en ese momento? - María Teresa Landa (214) era una chica de belleza extraordinaria que en 1928 fue nombrada la primera 'Miss México' representando a nuestro país en el concurso en Galveston, Texas. Casada super joven con un General de la revolución, al regresar de su viaje descubre que el fulano es bígamo, y en el pleito sucesivo, en defensa propia.... lo mata.

Durante el escandaloso juicio, que recoge con detalle la prensa del momento, se causa tal expectativa que se ponen bocinas en las calles para oír el proceso por radio y la moda que porta la acusada, en complicados trajes de luto y sombreros sensacionales, aunado a su belleza crean un circo mediático del que sorprendemente sale absuelta, para dedicarse el resto de su vida a ser maestra.

Generaciones enteras fueron marcadas por los dibujos políticos de Cabral, pero asimismo la elegancia de su trazo planteará nuevos caminos para una moda que de manera inminente está a punto de encontrar a sus pioneros...



ernesto 'chango' garcía cabral / revista de revistas / 15 de junio de 1924 / colección trendo.mx



sinafo / fototeca nacional / maría teresa landa / miss méxico asesina / 1928

Revista de Revistas
El Semanario Nacional

ernesto 'chango' garcía cabral / revista de revistas / 30 de octubre de 1927 / colección trendo.mx



ernesto 'chango' garcía cabral / revista de revistas / 14 de agosto de 1927/ colección trendo.mx





ernesto 'chango' garcía cabral / revista de revistas / 10 de julio de 1927/ colección trendo.mx

sinafo fototeca nacional / aparadores de moda de la capital / circa 1926-1930

En la década de los treinta, se funda el PRI, con su antecedente el PNR. Se acaba el Maximato y termina la guerra cristera. El peinado femenino ya no se lleva tan corto y se acostumbra acomodarlo como en olitas gracias a las anchoas y las tenazas.

En los aparadores del centro de México se exhiben modas cosmopolitas. La imagen del 'Hombre Arrow' (218) provenía de Estados Unidos y era obra de J.C. Leyendecker, uno de los ilustradores de moda más interesantes de principios del XX. Estas famosas camisas se caracterizaban por poder usar la base de la camisa -mangas y cuerpo- y poder cambiarle varios juegos de puños y cuellos, con el fin de ir cambiando diario un repuesto fresco y limpio, mientras la camisa se usaba toda la semana. En ésta, la versión más cara y elegante, resalta el cuello de pajarita. Los botines que se ven tienen adosado en el empeine una estructura que recuerda a las polainas de dos décadas atrás. En la vitrina femenina se ve una mantilla a la española y zapatos bastante más prácticos que los de hombre, pues ya se cierran con tirantes y hebillas en vez de las filas de botones de los botines masculinos que tenían que cerrarse con un ganchillo.

El nacionalismo se ve tanto en las publicaciones (221) como en la música popular y los espectáculos al aire libre que se hacían en foros públicos como el recién inaugurado Auditorio Lindbergh en el Parque México de la Capital, donde se presentaban cantantes como Lucha Reyes.

Aún así solo algunas valientes elegían los trajes autóctonos para presentarse en eventos de gran gala, como se ve en fotos donde Frida Kahlo aparece con vestido tradicional en medio de hombres de Frac y damas con vestido de noche.

La cinematografía abarca buena parte de la imaginación del país y un personaje como Dolores del Río demuestra la posibilidad de triunfo desde México hasta Hollywood. Desde que la descubrieron a mediados de los veintes hasta el final de los 30's, hizo importantes papeles en el cine mudo pudiendo hacer la transición al cine hablado. En 1942 comenzó a filmar 'Journey to Fear' película en la que usaba un extraño mameluco de felino (223) y que sería su último filme americano para continuar su carrera en México con un cine de valores ultranacionalistas. En imágenes de época, las hombreras gigantes, las faldas con volúmen y los zapatos de plataforma dan cuenta de que Dolores era el epítome de la moda y las tendencias de su época, cuestión que continuaría en su vida en México (222).

El cine mexicano caminaba en dos narrativas, por un lado películas como 'La mujer del puerto' (Boytler, 1934) presenta los peligros de sociedades urbanas con pérdida de valores, por supuesto mostrando moda cosmopolita, y en contrapartida 'Allá en el Rancho Grande' (Fuentes, 1936) plasmando la idílica vida del campo, los valores tradicionales y la ropa campirana. O sea la misma disyuntiva que se plantearía en la moda a cargo de los pioneros Valdiosera, Chatillón y Valdés Peza (234).

Una película de 1938 'Los millones de Chaflán' resume estas preocupaciones, un caballero provinciano se gana la lotería, y millonario de la noche a la mañana se da la gran vida. En la película aparece !una pasarela de moda! Con ropa de Palacio de Hierro, increíblemente parecida a la de 'The Women' de George Cukor de 1939.



revista el hogar / año 23 no. 828 / 1936 / colección trendo.mx

dolores del río / circa 30's / estados unidos

dolores del río / still de 'journey to fear' / 1943 / estados unidos


ARTISTAS UNIDOS

DIBUJANTES DE HISTORIETAS

PROYECTOS, PUBLICIDAD, ILUSTRACIONES

Y TOPICOS DEPORTIVOS

DIRECTOR ARTISTICO.

R BALDIOSERA BERMAN

REPRESENTANTE.

OCTAVIO OBREGON

DIBUJANTES COLABORADORES:

GUADALUPE QUINTERO "CRISTINA"

ANTONIO GUTIERREZ "PETER'S"

JUAN REYES "BEIKER"

CARLOS VAZQUEZ

MANUEL MORAN "DINAMITA"

JESUS QUINTERO "YO"

DANIEL LOPEZ "VS"

EMILIO MENDEZ "INVIC"

ALFONSO VARGAS

ALFONSO CUEVAS

EPIFANIO ORTEGA

valdiosera de nuez

Ramón Valdiosera nació El 28 de abril 1918 en Ozuluama, Veracruz en México, murió el 11 de abril de 2017.Dibujante, pintor, acuarelista; por supuesto Padre de la moda mexicana... pero no es tan conocido que durante más de 20 años fue historietista profesional.

En 1936 , con el modelo americano de 'Union features syndicate' se funda en México 'Artistas Unidos'. Para vender servicios a los editores nacionales y yanquis a cambio de regalías. Al igual que capacitar a sus agremiados.Todo lo cual suena super profesional, hasta ver que el promotor tenía 18 años, y sus más cercanos colaboradores tienen entre 16 y 17. Valdiosera, el mentado promotor se revela como un talento en el dibujo pero también como un personaje lleno de imaginación y emprendimiento en toda clase de aventuras creativas. : D

El diamante negro, Shangai, Bill el millonario audaz y Clark, sus primeras historias. Su carrera en el dibujo de historietas llegará hasta mediados de los 50's

La capacidad de hacer narrativas muy complejas, no precisamente cómicas pero con sentido del humor, que entienden lo que quiere y mantiene interesado al lector, son características todas, que podrían resumir lo que se necesita para crear una marca de moda eficiente. En el medio del cómic, el noveno arte, se le conoce como el decano de la historieta mexicana.







dibujo de ramón valdiosera / simbad el marino 1958

Antonio Caballero, el gran fotógrafo mexicano conocido en el circuito del arte y las galerías por haber sido el mejor creador del género de las fotonovelas nos cuenta que conoció a Valdiosera cuando Caballero hacía sus primeros ejercicios fotográficos con Héctor García en unas oficinas en un edificio al principio de la calle de Bucareli, y casualmente ahí también estaba el taller de el 'Padre de la Moda Mexicana'. Lo recuerda como un joven extraordinariamente bien vestido, propenso a la compañía de damas de muy buen ver, que luego serían sus modelos y musas.

Con la iniciativa de sus múltiples negocios, dirección de cine, el diseño de artesanías, Valdiosera incursionaba por supuesto en el mundo de la moda, pero desde varios frentes. Una escuela de modelos -de la que hay registro en un set de fotografías del Archivo General de la Nación (228,229)-, que al mismo tiempo enseñaba técnicas del dibujo y la pintura.
Otro juego de imágenes del AGN, en este caso del archivo de los hermanos Mayo muestra a Valdiosera adaptando técnicas artesanales para hacer telas pintadas con motivos nacionalistas, que después aplicaba a sus diseños de vestidos. (231)

Decidió convencer al público 'que era posible hacer una moda mexicana, vigorosa y de gran personalidad', tal como nos dijo en 'Mextilo, la película':
'Una moda mexicana, con materiales mexicanos'. :0 :D

Pocas, muy contadas personas deben ser tan determinantes en dos disciplinas tan aparentemente diferentes como la moda y la historieta. Pero ambas basadas en el dibujo,el propio Valdiosera se queja de que el cómic en México no tenía el espacio de crecimiento que gozaba en Estados Unidos, que sólo se enriquecían ciertos empresarios. Y si bien su dibujo curiosamente tiende al orientalismo y a lo exótico en los libros de cuentos, la serie de elecciones que lo llevarán a convertirse en el paladín de los valores nacionalistas en la moda, se basan en su capacidad de emprender, sus investigaciones acerca de la cultura mexicana, y la posibilidad de utilizar el dibujo como una herramienta no sólo para la expresión y la artisticidad sino para el diseño.



dibujo de ramón valdiosera / el diamante negro de chu-man-fu 1935



dibujo de ramón valdiosera / la villana fidia en simbad el marino 1958

Con esos inicios para 1949, cuando Valdiosera contaba con 31 años, se dió la primera semana de México en NY. Nos cuenta el maestro: 'ante la imposibilidad de conseguir materiales únicamente mexicanos, me di cuenta que el color de las artesanías, de los panes y dulces populares, el favorito de los pueblos indígenas es el de la buganvilia. Yo ambicionaba que México pudiera tener un atractivo turístico que la gente identificara. Mandé a hacer bordados, aplicaciones y textiles pintados todos en ese color. Las modelos mexicanas que llevamos se movían en un ritmo entre danza tradicional mexicana y posturas de ballet, lo cual sorprendió a la prensa americana que reseñó el nacimiento de un nuevo color: 'el rosa mexicano'.

En la perspectiva nacional aún seguimos nombrando ese tono así. Pero curiosamente en el mundo desde 1937, año en el que apareció el perfume Shocking! de la diseñadora Elsa Schiaparelli, el color se conoce como Shocking Pink. En Inglaterra se le sigue llamando así, aunque en Estados Unidos el nombre del tono se fue transformando de shocking a hot pink en los 50's y kinky pink en los 60's. No es común en el siglo XXI esa apelación, solo felizmente en México lo conocemos así y siempre le llamaremos así.

Ese intercambio de identidades, qué mandaba México, qué nos mandaba Estados Unidos, queda de manifiesto en que a finales de los 30's la compañía General Motors montó unos camiones llamados 'futureliners' con exhibiciones que mostraban tecnologías de avanzada como el horno de microondas y la televisión. Llamada 'La caravana del progreso' viajaron por entre Canadá, los Estados Unidos y México. Llegando aquí en una curiosa serie del Archivo Díaz en el AGN se muestra a modelos con indumentaria mexicana conociendo en cada uno de los camiones los avances de la tecnología del futuro.

archivo general de la nación / chica haciendo ejercicio escuela de modelos ramón valdiosera /

archivo general de la nación / chicas en escuela de modelos ramón valdiosera / circa 1950



fototeca nacional sinafo / valdiosera arreglando la ropa en una modelo / circa 1950

agn / archivo hermanos mayo / valdiosera y telas pintadas a mano / circa 1950



agn / archivo díaz / la caravana del progreso / méxico 1938

en las ondas de radio

de la XEW había un programa que se llamaba 'LUNAS VERDES' producido por Álvaro Gálvez a quien se le ocurrió invitar a un panel a personalidades de la moda y la cultura nacional para discutir acerca de la existencia o no de una identidad y de una moda mexicana...

El locutor Pedro de Lille, la periodista Rosario Sansores y los tres pioneros: ARMANDO VALDÉS PEZA, HENRI DE CHATILLÓN y por supuesto RAMÓN VALDIOSERA Berman. La postura de los dos primeros era la imposibilidad de una moda mexicana, argumentando:

_ Henri de Chatillon - "Imposible. México está muy atrasado, no hay materiales, las telas no sirven y no se podría competir con lo europeo, y menos con lo norteamericano"

_ Armando Valdés Peza - "No hay ni finura, no tenemos una cultura elegante y refinada que se preste como la griega, somos un pueblo todavía poco maduro en cuanto a moda"

La discusión inclusive decía que el cuerpo de las mexicanas no era lo suficientemente estético para convertirse en un canon. Materiales, estética y tradición no eran suficientes para ellos: sólo la idea de copiar del extranjero una moda nacional que para siempre sería sólo un referente de la de afuera. >:/ (aunque veremos que en esto había muchos más matices)

Por fortuna, nuestro héroe, les contestó:

_ Valdiosera - Yo creo que los señores, por pensar, uno en Francia y el otro en Grecia, desconocen el país. Ignoran los materiales autóctonos, los tejidos de hilo fino, de seda, los finos deshilados y los bellos bordados, y sobre todo el acervo de nuestras culturas pasadas en su tipo y personalidad"

Mientras esto sucedía, la gente en la calle consumía revistas como 'PAQUITA' que existía desde 1936 y que traducía material norteamericano, tendencias de Hollywood y patrones para que el ama de casa hiciera su ropa, lo que era muy común. (235-237)



Vale 25¢

NORMA SHEARER
(International Press).

PAQUITA

revista paquita / junio de 1942 / méxico / colección trendo.mx





Los Modernísimos Adornos Femeninos

Es sorprendente el partido que los dictadores de las modas femeninas han sacado de las lentejuelas, las cuales emplean como adorno en los trajes de todas clases y no conformes con eso los "tiranos" desean imponer las lentejuelas en accesorios de todas clases.

En la foto a la izquierda, en la parte superior, vemos a una linda beldad anónima, ataviada con un bolero hecho totalmente en lentejuela color acerina, así como con aretes, pulsera y diadema para adornar su peinado, del mismo material. El efecto es encantador y todo el aderezo puede usarse con trajes de todos colores, los que lucirán mucho más atractivos.

A la derecha, encontramos a otra linda modelo, que aunque no nos muestra ningún accesorio hecho con lentejuela, merece nuestra atención por el gracioso tocado semiformal hecho con plumas y adornado con rosas. También mencionaremos el estuche que ella nos enseña tan graciosamente, el cual contiene tres productos de tocador muy necesarios para el maquillaje femenino. Lápiz labial, barniz para las uñas y crema colorete para la cara, entubada para dar mayor comodidad cuando se aplique.

Y abajo, a la izquierda, volvemos a ver a nuestra primer modelo, contemplando el estuche de referencia, pero en realidad luciendo su aderezo de lentejuela. Finalmente Irene Dunn muestra un bonito juego de clips para adorno de vestidos. (Fotos Exclusivas Pictorial Press).





Patrones Simplicity





















PATRON 4227.— De excelente hechura para la jovencita muy delgada, es este trajecito que lucirá igualmente bello en tela lisa que en seda estampada. En tallas de 12—20. VALE $ 1.75.

PATRON 4104.— Unos pantalones bien cortados podrían resultarle muy costosos. ¿Por qué no emprende usted mejor su confección? Viene en tallas de 12 a 40. VALE $ 1.00.

PATRON 4254.—Ya escoja usted la versión más sencilla en lana lisa con volante de organdí, ya la del saquito maternidad en tela estampada, lucirá usted elegante y discreta. En tallas 12 a 44. VALE $ 1.75.

PATRON 4147.— Un buen jumper es lo que la chica desea siempre estrenar por lo gracioso de sus líneas y lo práctico de su uso. Hágale este que viene en tallas 6-14 años. y VALE $ 1.00.

Estos patrones pueden solicitarse al Depto. de Patrones de PAQUITA, Apdo. postal 103 Bis, México, D. F., con el cupón que aparece en esta misma página, incluyendo $ 0.20 adicionales al valor del patrón como pago de certificación postal. Surtimos el pedido DESPUES DE QUINCE DIAS DE RECIBIR SU ORDEN YA SEA POR CORREO O PERSONALMENTE EN NUESTRAS OFICINAS

Depto. de Patrones de PAQUITA.—Apdo. 163-Bis, México, D. F.— Sres. PARIS-LONDRES, 16 de Septiembre 81.—México, D. F.

Adjunto a ustedes la cantidad de $.....................

Importe de los siguientes patrones SIMPLICITY:

Número ....Tallas ....

Nombre ....Dirección ....

Ciudad ....Estado ....

Téngase cuidado de marcar el número del patrón exacto y la talla.

240

PAQUITA

Arriba, cuatro lindas jóvenes de la mejor sociedad, usando sombreros de fieltro idénticos, los cuales a todas les sientan a las mil maravillas. Es un modelo propio para todas las formas de cara. Las cuatro ostentan adornos iguales a los colores de la bandera Británica y usan el escudo Nacional Inglés. Están encargadas de recaudar fondos para ayuda del pueblo afectado con la guerra.

Abajo, tenemos a Rosemary y a Priscilla Lane, encantadoras como siempre, y luciendo dos modelos de sombreros sencillos y elegantes, propios para usarse con toda clase de indumentaria informal y con trajes semi-formales para té o "cocktail".

revista paquita / junio de 1941 / méxico / colección trendo.mx
sig. pág . diego rivera / retrato del sombrero / 1944 / henri de chatillon * andonella / retrato del sombrero / 2015

Henri de Chatillón

Henri de Chatillón

Poco halagador 'El retrato del sombrerero' que pintó Diego Rivera de Chatillón en 1944. Pieza rara, pues no entra dentro de los cánones nacionalistas de Diego. Y más bien parece haber sido encargo de alguna cliente rica del pintor y del modista.

En octubre 17 de 1949 Time Magazine sacó una nota acerca del diseñador :

'Hijo de padre británico y de madre francesa - aunque hay quién lo pone en duda e inclusive se dice que provenía de Pachuca -. Monsieur Henri nació bajo el nombre de Henry Hutchinson en París en 1902. Llegó a México en 1942 - en 1930 según otras fuentes- y puso una tienda bajo el nombre de Henri de Chatillón, sombrerero, en el Paseo de la Reforma en una mansión que perteneció a la amante del Emperador Maximiliano. (Reforma 260, en la Glorieta de la Palma)

Sus primeros sombreros eran tan fantásticos como caros, pero aún así se vendían como pan caliente. Y a veces casi eran comestibles: Chatillón descubrió que si calentaba tortillas al vapor, las moldeaba y luego las barnizaba, se podía hacer un sombrero vendible. Hizo otros tocados con zacate, la fibra que los mexicanos usan en vez de la lana, y de las pajas baratas con las que se hacen los bajos de las sillas de montar.

En 1947 extendió el negocio al de los vestidos, y así se ha convertido en el árbitro mexicano de la moda. Con 78 trabajadores y una producción de 1000 vestidos al año. Algunas de sus inspiraciones provienen de cosas mexicanas, sus telas se tejen en México, pero sus diseño son mayormente parisinos.

Chatillón ha hecho del negocio de sorprender a su clientela un negocio de un millón de pesos al año. Media hora antes de la apertura de la pasarela anual, los Packards y los Cadillacs de las impuntuales matronas mexicanas de la alta sociedad paran el tráfico enfrente de su taller y residencia en el Paseo de la Reforma. Dentro, beben cócteles y juzgan a las modelos francesas y americanas que muestran 60 modelos desde trajes de tarde, hasta vestidos de noche de hombros descubiertos que van desde 1,500 hasta 5,000 pesos cada uno. Entre las clientes: Marga López y Dolores del Río.

El siguiente mes tiene planes para empezar a exportar vestidos a las principales tienda de los Estados Unidos, incluyendo los famosos almacenes Neiman-Marcus de Dallas, entre otros. Serán copias de sus modelos más caros, con precios entre $40 y $50 dólares. Con tantos negocios, el solterón Chatillón está muy ocupado para pensar en actividades sociales. 'Me casé con mis sombreros', nos cuenta.' El portafolio fotográfico lo hizo Antonio Caballero, que nos recuerda que en su trato Chatillón era un caballero un tanto pomposo y afectado.(241, 242)

antonio caballero / de visita al atelier de henri de chatillón / 1949











antonio caballero / de visita al atelier de henri de chatillón / 1949







fototeca nacional sinafo / nacho lópez / armando valdés peza / 1950



EL JURADO CALIFICADOR. **De izquierda a derecha, las damas: Bichette Amor, Luz Aspe y Lolita del Río. Los caballeros: Armando Valdéz Peza, el Conde Subervielle y Adolfo Best Maugard. Nótese con cuanta atención seguían cada traje, para proceder con justicia con sus fallos. (Foto Lira.)**



sinafo fototeca nacional / armando valdés peza / bocetos de vestuario para maría félix * excélsior / 1950 * andonella / 2015

sinafo fototeca nacional / armando valdés peza / bocetos de vestuario para maría félix *andonella / maría feliz / 2015

A lo mejor en eso de los paralelos el equivalente mexicano a Edith Head sea el diseñador Armando Valdés Peza.

Por fortuna mantuvo amistad con Salvador Novo, quien lo conocía como 'Mandy' y se refiere múltiples veces a él en sus crónicas de 'La vida en México' en los sucesivos sexenios que narró, plasmando registro de la vida del diseñador.

Murió en la Ciudad de México el lo. de julio de 1970 de un infarto masivo, en su residencia. Era el nieto del poeta Juan de Dios Peza. Fue actor y escritor, trabajó de manera extensiva en el vestuario para teatro, pero aún más creando la moda del cine mexicano. Noventa y siete películas fueron su creación. Comenzando por 'Yo bailé con Don Porfirio' (Martínez, 1942).

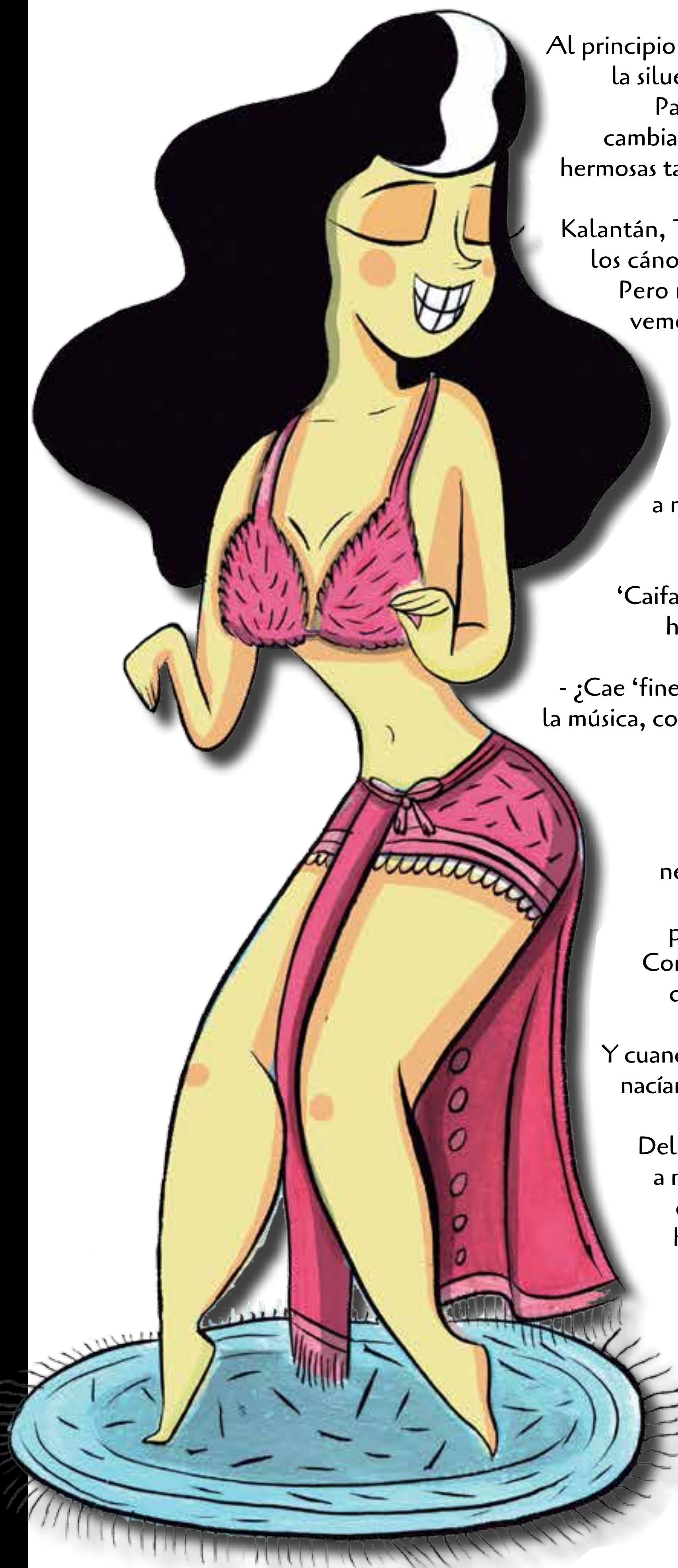
Fue el gran creador de vestuario para María Félix, trabajando con ella en películas tales como 'Enamorada' y 'Río Escondido' (Indio Fernández, 1946 y 1948). Al grado tal que cuando María se fue de gira por Europa se llevó al modisto con tal de tener a la mano sus creaciones, convirtiéndose en amigos muy cercanos.

En el caso de Dolores del Río, realizó el vestuario de Flor Silvestre y de María Candelaria (Indio Fernández, 1943 y 1944) y Doña Perfecta (Galindo, 1951).

Lo cual vuelve por lo menos 'paradójicas' sus declaraciones en el programa de radio, y posteriormente sus puntos de vista en la revista 'Nosotros' 1949, donde vuelve a las andadas con el punto de vista de la imposibilidad de una moda mexicana.
Si algo captó de manera absoluta, e inclusive fijó los valores de nuestra identidad, fueron la serie de películas en las que la mirada del Indio, la cinematografía de Gabriel Figueroa, la belleza mexicana de María, Dolores y de Pedro Armendáriz, fueron los elementos que se conjuntaron para responder desde el cine y con la misma fuerza al muralismo, a la novela de la revolución. Y no serían concebibles sin la ropa, los diseños y la moda de Valdés Peza.

En las crónicas de sociedad se decía que en los balcones de la Ópera de Bellas Artes, los que más brillaban eran: Valdéz Peza y Trixi (265) -quién firma la gran mayoría de los artículos de moda en la década siguiente-. Valdés Peza fue cronista de sociales en el Universal con la columna 'Crónicas de México', cuando murió la heredó el escritor Luis G. Basurto. Lo que demuestra que al igual que Best Maugard era además de un creador, un activo socialité de los altos círculos mexicanos.





Al principio del siglo XX la belleza femenina tenía como ideal la silueta extraña de las tiples del Teatro Principal (199). Para mediados de siglo la figura de la bailarina había cambiado lo suficiente para que ahora, en vez de ser sólo hermosas también tuvieran como atributo el de ser 'exóticas'.

Kalantán, Tongolele, son nuevos tipos de belleza que retan los cánones estéticos de lo 'convencional' y lo 'decente'. Pero no sólo es el caso de las mujeres pues tal como lo vemos en 'El rey del barrio' (Martínez Solares, 1949), hay un nuevo tipo de 'galán'. Germán Valdés 'Tin-Tan' es el pachuco por excelencia.

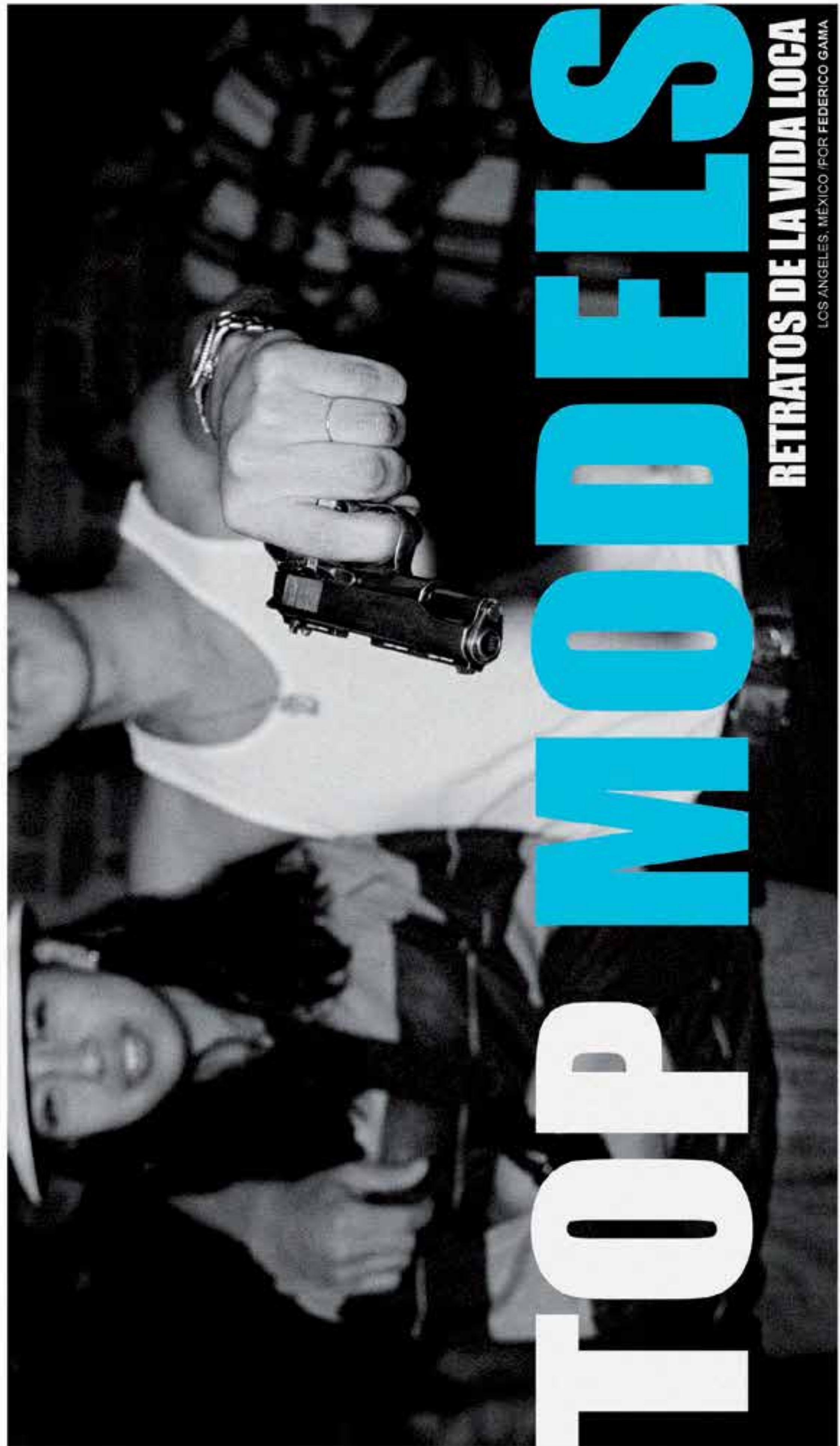
La ropa sobredimensionada, saco cruzado de hombreras gigantescas, el pantalón con la cintura a medio pecho, pinzas adelante y atrás, que tiene en la pernera un final como de puño de camisa con botón incluido para controlar el exceso de tela. 'Caifanes' se les dice.- la frase provenía de su manera de hablar: una mezcla de palabras en español e inglés. Al elogiar la caída de sus telas, preguntaban: - ¿Cae 'fine'? (¿Cae bien?). No sólo era el lenguaje, también la música, con ellos llegarán los primeros sones sincopados que después conoceremos con el nombre de 'rock'.

La silueta del 'Pachuco' está calcada de la del 'Zoot Suit', el traje y la identidad con la que los negros de Estados Unidos, al tiempo de la Segunda Guerra Mundial comenzaron a utilizar como su propia versión de la formalidad urbana en el vestir. Con la guerra, el programa 'Bracero' exigió que miles de mexicanos se fuesen a trabajar para satisfacer las necesidades de producción del campo americano. Y cuando regresaron habían adaptado esa moda y con ello nacían las identidades de chicano, 'ni de aquí ni de allá'.

Del Pachuco al Cholo, en constante evolución se llega a nuestros días. En 2002 Federico Gama, mismo autor de la serie de los Mazahuacholoskatopunks (15,16) había realizado la serie 'Top models' donde hace un paralelo de la imagen de la moda con cholos de L.A. que viven ahora en Ciudad Nezahualcóyotl. Con el mismo dandismo de los pachucos de antes, viviendo ahora identidades urbanas. (251-254). Los 'Homies' son una muestra continua de esa identidad (255) . Que inspira a los 'Malafacha' para tomar al Pachuco y explorarlo en una pasarela de invierno 2011.(250)

sinafo fototeca nacional /germán valdés tin-tan *andonella / tongolele / 2015

malafacha / invierno 2011 * andonella / tin-tan /2015



federico gama / top models / 2OO2



Porque la piel no miente.

En materia de belleza no hay fórmulas. Los tatuajes son un símbolo de distinción que enfatiza tu identidad.



Para volar sin despegar los pies de la tierra.

Ligeros y discretos, los tenis Nike agregan a tu look la sensación de libertad que necesitas. Sin duda el complemento ideal cuando caminas por el barrio equivocado.



un homie del siglo XXI / Logo de hermés-homies * cartel de turismo de la ciudad de méxico / circa 1950

MEXICO

THE GREAT METROPOLIS

HOMIÈS

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO

El canto de México

Acostumbrados a todo tipo de estereotipos (68), la imagen de lo mexicano la tenemos fijada a través de la imaginería kitsch de nuestras identidades. Poco esperaríamos que una de las fantasías más delirantes de nuestra propia mexicanidad haya salido de París en el Teatro Chatelet en 1951.

Poder ver la película que posteriormente se hizo 'Le chanteur de Mexico' (Pottier, 1956) es toda una hazaña desde México. Pero en Francia lo consideran algo esencialmente mexicano, aún cuando para nosotros es casi impenetrable en su exotismo. Esa visión a la fecha sigue existiendo, colecciones dedicadas a Mx como inspiración toman de todos lados desde 'Apocalipto' (Gibson 2006) hasta Speedy González buscando esa esencia que nosotros mismos negamos. Pero que por ejemplo en la imaginería chicana, en la pintura de calendarios, en los bigotes de Frida, en todas esas cosas hace presencia. eso que sabemos inasible.

En la década de los cincuentas en México la política giraba en torno a la idea del desarrollo estabilizador, un modelo que buscaba sustituir las importaciones, privilegiar el mercado interno y parar la inflación. Con tan buenos resultados que inclusive se le conoció como 'El Milagro Mexicano'. Estabilidad económica y crecimiento - palabras desconocidas para las generaciones posteriores. Y que permite el auge de nuevas generaciones de creadores de moda.

Pedro Loredo. Inicia su paso por la moda en 1953, busca imbuir su trabajo de la influencia precolombina, crea trajes coordinados en 1957 que se pondrán de moda en todo el mundo hasta la década siguiente y a partir de 1962 transparencias en organzas con motivos prehispánicos. Se presenta en Nueva York, y en Europa. Se nombre se asocia a las creaciones de los concursos de belleza como el de Miss Universo. Y logra tener una presencia en las pasarelas importantes hasta casi el final de su vida. Fallece el 18/12/2010 (había nacido el 5 de septiembre de 1923 en el DF).

Una vez extinto surge una reflexión: su casa de moda estaba enfrente del Palacio de Hierro Durango, con grandes éxitos en el pasado su nombre literalmente se fue con él. No hay continuidad de que una casa mexicana de moda sobreviva a su creador en el tenor que nos tienen acostumbradas las casas europeas en donde se suceden generaciones de creadores bajo el mismo techo y con el común denominador de una firma: Saint Laurent, Balenciaga, etc. Esa será una de las grandes señales de la consolidación de nuestra moda: cuando una marca viva más de diez años, se convierta en negocio rentable y pueda sobrevivir a su fundador.

Los cincuentas traerá la consolidación de las grandes departamentales como influencia en la moda a través del aterrizaje de tendencias y marcas de la alta costura, la continua presencia de nuestros diseñadores clásicos y nuevas maneras de ser sexy y elegante en la ciudad.



folleto de teatro / le chanteur de mexico / 1951 / théâtre du châtelet / colección trendo.mx * andonella / 2015



sig. páginas notas de periódico / hemeroteca lerdo de tejada / excélsior / 50's

En 1958 cuando se inaugura la sucursal Durango, 'El Palacio de Hierro' contaba con tan sólo dos tiendas. Muy distante de las 23 tiendas que tiene 67 años después a nivel nacional. Cosas que creemos muy modernas, como el crédito y la devolución de una parte de la compra en 'cupones' ya estaban presentes desde esta época e incentivaban el consumo a través de agresivas temporadas de ofertas. (259)

Tanto en el Palacio, como en Liverpool, el Puerto de Veracruz y en los atelieres de los modistas, y las grandes ocasiones sociales se daban pasarelas de moda que luego eran comentadas en la prensa de sociales de la época. (261, 264)

La silueta femenina sigue los mismos derroteros que Dior está imponiendo al mundo. Cintura estrecha con faldas amponas. Como una consecuencia de la guerra las fibras sintéticas son accesibles, y compañías como Celanese Mexicana ofrecen surtido de rayón, nylon y acetatos en vestidos hechos de raso sintético. (260)

En 1956 el propio Christian Dior cuenta cómo se trasladó a Caracas, Venezuela para supervisar la apertura de una sucursal latinoamericana. Aquí en México con el lema de 'para que nuestros elegantes no se molesten con tener que cruzar el Atlántico' el 'Palacio' tiene un área especial a cargo de Madame Rostan (265), que se dedica a la peregrina labor de ir cada año a los desfiles de Christian Dior en París, y por convenio con su casa, trae los modelos a México en donde son adaptados en el patronaje y reproducidos como copias caras para la pudiente clientela. Por supuesto con permiso de la Casa Dior: se vendía el vestido muchas veces al precio, porque se daba bajo un sistema de licencias, se podía reproducir 'tantas veces en tales condiciones'.

Marguerite Rostan había llegado a Mx en 1929 con 22 años, de la mano de su esposo empresario de textiles y trabajó para el 'Palacio' durante 77 años hasta que murió en 2006.
Fue la primera 'fashion stylist' del país. En 1967 fue parte de la decisión de crear el Salón Internacional dentro de la tienda.

La casa de María Pavignani, se dedicaba a los mismos aterrizajes. Fundada desde 1920 en la calle de Madero #17, en el Palacio de Iturbide, donde atendía a una clientela selecta. (269)

Henri de Chatillón sigue acaparando la nota de sociales, aunque se hace sentir la llegada del creador chileno Tao Izzo (sic). (269) Quién en 1956 realizó el vestido con el que posa Silvia Pinal en la célebre pintura que le hizo Diego Rivera a la actriz. Itzo también incursionó en el diseño para cine en películas como 'La generala' (Ibáñez, 1970) y 'Cuando tejen las arañas' (Gavaldón, 1979).

PÁGINA DOCE — Excélsior — Miércoles 12 de junio de 1950




Mme. Susana A. de Antebi



Susy Antebi es una dama realmente chic, elige sólo aquello que debe usar y no pasa por alto ningún detalle por insignificante que parezca. Su silueta, pequeña y esbelta, luce siempre el último modelo de los modistas más en boga, adaptándolo a sus exigencias y llevándolo con toda propiedad.

VICHY

Mme. Antebí fué elegida en 1948 como la dama más elegante de la temporada en la noche de gala del Ritz-Carlton. "Sucedió algo muy curioso -comenta Mme. Antebi- ; como usted sabe, anualmente para terminar la temporada se hace una serie de bailes y festejos, después de los cuales se lleva a cabo la elección: mi sorpresa fue enorme al oír mi nombre, francamente no lo esperaba; se me pidió que pasase al micrófono, pero fué aún mayor el asombro de la concurrencia cuando al preguntarme el nombre del modista creador del traje que lucía esa noche, contesté sencillamente: "Me lo hicieron en México". "Naturalmente alguna de nuestras sucursales establecidaas allí". -me respondieron. "No -aclaré- una modista mexicana que me cobró solamente $150.00 de confección". -Un ¡ah; de admiración se dejó oír en el salón.

La prensa francesa hizo hincapie en esto, Mme. Antebí me muestra las crónicas que se publicaron en donde dice: "Mme Paul Antebí, nombrada la dama más elegante de la temporada 1948-1949, una francesa que triunfa, vestida por una modista mexicana.

MEXICO

"Yo encuentro -continúa Mme. Antebi- y lo digo con toda sinceridad, que México es el sitio en donde se puede vestir mejor; las modistas mexicanas son estupendas, el calzado mexicano perfecto, llama la atención en Europa; las bolsas y guantes hechos en México son magníficos. Lo único que se necesita es tener una poquita de paciencia para saber buscar y elegir lo mejor u ordenarlo todo a la mediad. Claro que ... cuando una va a Europa no puede resistir la tentación y compra modelos en las grandes calles. En noviembre de 49 a mi regreso de Europa, al llegar a Nueva York, me sentí un poco defraudada. Las copias de los trajes y sombreros parisinos se veían en todos sitios, y el modelo de sombrero por el que yo había pagado veinte mil francos se podía comprar por sólo 17 dólares. Yo creo que la inspiración, la esencia de la moda, el gusto por lo francés, es único, sin París y sin sus modistas la moda no vive; son ellos mismos y nada más; pero lo que ellos ordenan debe adaptarse a las necesidades y a las exigencias de cada país; simplemente tomemos por ejemplo las carreras, allá se va con trajes de gran vestir, plumas y joyas; aquí en traje sport, sastre o cualquier cosa sencilla; igual pasa en los restaurantes de lujo, el traje o el sombrero que se lleva a Maxim's o al Ritz no es el que se acostumbra aquí por mucha categoría que tenga el lugar. Se debe seguir aquello de "a la tierra que fueres haz lo que vieres".



Eva

se moderniza

Y logra la suprema seducción
con vestidos de raso hechos a base
de Acetato Permanese de Celanese.

La mujer moderna no escapa a la irresistible tentación de ser más elegante, atractiva y seductora.

Por ese prefiere vestidos confeccionaodos con telas hechas a base de fibras de Celanese Mexicana, S.A.

Son prendas elegantes, de caída perfecta, colores firmes y permanentes... ¡ que lucen siempre como nuevas!

ACETATO, RAYON, NYLON

... las milagrosas fibras contemporáneas de Celanese

Busque esta etiqueta:
Es su garantía de moda,
elegancia y calidad



Tela de: SEDAS Y ARTISELAS DE MÉXICO, S.A.

Confección de: FERTANA DE MÉXICO, S.A.

De venta en: EL PUERTO DE LIVERPOOL

sinafo fototeca nacional / desfile de moda / década de los 50's

ramón valdiosera / maya de méxico / 1950

Ellas Visten Así

I D E A S

Por TRIXI



EN SU COLECCIÓN de otoño MAYA DE MEXICO presenta este sencillo traje de lana azul oscura, con finísimas rayas blancas. Manga tres cuartos, tablones sin marcar al frente, talle ablusado y cinturón ancho. Accesorios blancos.

En aquellos años la secretaría de Agricultura le pide a Valdiosera que hiciera una campaña para promocionar el algodón mexicano, pero esto escala de manera tal que junto con algunos socios se funda la marca 'Maya de México'.

Don Ramón decide que la línea clásica de la silueta en México eran las grandes faldas circulares. En los talleres se pintaban las telas, comenzaron con una sucursal en la avenida Juárez y luego otra en Zona Rosa, poco después tuvieron 7 sucursales y hasta una en Beverly Hills. (231, 262 y 263)

Ya desde su campaña en 1946 el Presidente Miguel Alemán conoció el proyecto nacionalista de Valdiosera, por lo que le dio impulso y cobijo. Muchos estados no contaban hasta ese momento con traje típico, por lo que Valdiosera se acercó a los gobernadores y les ofreció el proyecto. A él se deben entre otros el de Aguascalientes, Nuevo León, Tabasco, y la 'Chetumaleña' del estado de Quintana Roo.

Es paradójico que la alta sociedad compraba en la misma época copias de lujo pero copias al fin y al cabo, mientras existía una producción nacional como 'Maya de México'. De 'los 300' al duque de Otranto, a TRIXI, las notas de moda eran el recuento de sociales. (260, 265, 269).

sinafo fototeca nacional / desfile de moda / década de los 50's

Ellas Visten Así

Colección de Dior en "El Palacio de Hierro"

Por TRIXI



"DREAM" en organza chartreuse con cinturón blanco, flores blancas y verdes. Hace honor a su nombre

"El Palacio de Hierro" presentó su colección para verano con diseños de Christian Dior, pero todo confeccionado en sus talleres bajo la dirección de madame Rostan.

HABILIDAD

Con 'toiles' parisienses, materiales y accesorios (botones, entretelas, hebillas, varillas, forros, tules almidonados, etc.) de la casa Dior, logró Mme. Rostan una reproducción exacta de los modelos franceses.

Por sencillo que parezca el modelo a simple vista al tenerse en la mano se da uno cuenta de que sólo una persona con los conocimientos y la habilidad de Mme. Rostan puede ejecutar tales trajes.

Los modelos que por sus líneas rectas parecen tan sencillos, y que como único adorno llevan un cuello levantado, bolsas a los costados o pinzas que marcan las líneas del cuerpo con frecuencia son los más complicados. Armados sobre una funda de tela resistente de algodón o de seda, según lo que exige el modelo, se podría decir que tienen vida interior hecha a base de pinzas, varillas y cintas, exigiendo un profundo conocimiento de alta costura el logro del efecto deseado por el diseñador.

TELAS

Todos los modelos de Christian Dior piden tela, y más tela. Los que llevan falda angosta es en el talle y en las mangas en lo que se hace derroche de material.

Los trajes de noche llevan dos y tres capas de materiales costosos: "Eloiza" es un soberbio traje de noche confeccionado con varios materiales. Primero una enorme campana doble de tafeta de seda azul obscura sobre la cual va otra de igual tamaño en organza color ocre, que a su vez está totalmente cubierta por encaje azul oscuro. El talle strapless debidamente envarillado y ajustado, se ciñe al cuerpo dando al busto la línea perfecta.

DIOR

Ha sido sin duda Christian Dior el modista que más éxitos ha logrado. Fue el quien revolucionó la moda con su 'new look' luego le siguió el ' top look' y ahora lanza lo que el llama 'línea vertical' o sea líneas rectas desde los hombros a la bastilla, trajes totalmente plisados en chiffón . Y son siempre sus ideas las que consiguen más adeptas.

"EL PALACIO DE HIERRO'

Y es el "Palacio de Hierro" el que pone al alcance de la sociedad mexicana la extensa línea de Christian Dior, nuestras elegantes no necesitan de cruzar el Atlántico, ni siquiera la frontera para llevar estos modelos que, además, haciendo un esfuerzo el "Palacio de Hierro" pone al alcance de aquellas personas que gustan de vestir a la última moda sin hacer enormes desembolsos.

En la colección de Dior encontrará modelos a precios muy razonables.

MODELOS

Con los trajes de mañana dió principio el desfile, todos igualmente lindos, destacando entre ellos:

"Bouillabaisse". Traje confeccionado en lino color oro, el talle sin mangas, cuello cuadrado al frente alargándose en la espalda y haciendo escote en pico, cruzando en la cintura; la falda recta con bolsas a los lados, cinturón en forma y como único adorno un bastillón ancho, pegado a mano con tru-tru grande a la orilla del cuello.

"Raymonde" fue un precioso modelo de lino crudo, de falda ancha cruzado y abotonado en la parte posterior.

"Aperitif" es un traje de otomán azul obscuro, recto con pinzas en la cintura y bolsas verticales a los lados, enormes puños de piqué blanco suben hasta el hombro y abrochan con botones

Ellas Visten Así

¿Quiénes son las Damas más Elegantes de México?

Por TRIXI



CONDESA BICHETTE Amor de Celani, de quien la señora Sonia Limantour de Subervielle opina: "Es elegante en el sentido exacto de la palabra".

Elegancia es: distinción , gracia, sencillez. Personalidad: conjunto de caracteres y modalidades que diferencian auna persona de las otras.

Unidas ambas cosas en una misma persona, es lo que hace que nuestra elegantes destaquen en cualquier parte del mundo.

Y... ellas opinan sobre... ellas.

LORENZA BRANIFF DE BERMEJILLO, MARQUESA DE MOHERNANDO

"Hay muchas mujeres elegantes en México, y según su personalidad destacan en diferentes aspectos: sería imposible enumerarlas a todas, pero así... rápidamente puedo decirle que Carmen Conde de Cervantes y Luz Conde de Cervantes siempre están elegantísimas; Malú Moreno de Barrenechea en nada luce tanto como en traje de noche o de cena; Tere Redo de Iturbe es de las elegantes que saben serlo siempre y a toda hora; Tita Buch de Parada lleva el traje sastre extraordinariamente bien; Lala Braniff de Buch me encanta en traje de noche; Toni Moreno de Braniff también en traje de etiqueta; la princesa Noniatowska todo lo lleva con igual elegancia".

CONDESA BICHETTE AMOR DE CELANI

"Dolores del Río es la más elegante, sobre todo cuando no está influenciada por modas americanas: Ella es una de las más elegantes del mundo, porque posee un conjunto excepcional de belleza: cuerpo, pies, manos, cara, cutis, color, boca, dientes, fineza, etc., además andar bonito, movimientos preciosos, gracia y sentido de composición en las posturas; medios para comprar lo mejor de París y Nueva York. Alhajas modernas y antiguas. Ella luce todo y todo luce sobre ella: tiene tipo y originalidad; vestida exótica es única; con pies desnudos está lo mismo de estupenda, cosa muy rara. La señora Luz Souza de Souza tiene un perfecta elegancia natural, tanto como gusto perfecto, personalidad refinada, conjunto siempre armonioso con originalidad en cada circunstancia. Magda González de la Vega tiene línea, sentido de cualidades, muy entonada en los colores y originalidad y gusto en los accesorios. El grupo de la sociedad mexicana tiene sentido de la elegancia: Marilú Fernández del Valle, Diana Fonatals de Subervielle, Malú Moreno de Barrenechea, Paula Amor de Poniatowska, Sofía Verea de Bernal se distinguen por elegantes. La completa elegancia es muy costosa, por la calidad y cantidad de cosas que exige para una persona que lleva una vida de actividades diversas y variadas circunstancias. Por la falta de dinero casi nadie tiene modelos franceses realmente buenos, sastres bien cortados, sombreros proporcionados, buenos accesorios. Todo se ha vuelto americano, standard, lo que hace difícil tener personalidad en el arreglo; además, la vida es tal que ya no se viste una. Lo que se ve son los vestidos de mañana, sin sombrero y vestidos de coctel; aun para las bodas, se visten de coctel, y así se pierde la tradición en el arte de vestir".

DOLORES DEL RÍO

"Sin duda alguna una de las damas más elegantes de México es la condesa Bichette Amor de Celani, su elegancia es interior. Bichette vive, piensa, habla, se desenvuelve con verdadera elegan-

Ellas visten Así

Henri de Chatillón

Por TRIXI



NUEVAS CONFECCIONES

Henri de Chatillón regresa de París.

"Mis viajes "relámpago" siempre es lo mismo, siempre tengo el propósito firme de que no sean así, de gozarlos, de pasearme, pero surgen en el último momento compromisos y complicaciones y me obligan a ir a vuelo de pájaro.

"En este último estuve tres días en Nueva York y cinco en París. Me gusta ver lo nuevo personalmente, son días para mí de trabajo agobiador, regreso verdaderamente rendido, si no fuera por los que luego paso en mi casita de Tequesquitengo, creo que no podría seguir trabajando, pero este aire y este clima de México es reconfortante, indudablemente no hay lugar en el mundo como él".

NUEVA YORK Y PARIS

"Es indispensable para mí ver lo que se hace en Nueva York, es el centro del mundo, no en cuestión de modas, París es y seguirá siendo siempre el reino de la moda, pero en ningún lugar se encuentran grupos de mujeres tan chic y con tanto dinero como en Nueva York. En sus colecciones tienen por el momento lo de las colecciones europeas pasadas, pero ya dentro de un mes tendrán lo que ahorita se presenta en París, Florencia, Roma, Barcelona y Dublín.

"En París, Balenciaga sigue ocupando el sitio de honor, aunque insiste en sus talles bajos y las mujeres no los aceptan. Balmain se ha convertido en el diseñador mimado. La mujer ahora no quiere trajes sofisticados y que pasen de moda fácilmente, no tienen empacho en pagar bien por ropa que les dará gran servicio, y es este precisamente el estilo de Balmain, línea perfecta, femenina, favorecedora, conservadora. Balmain no tiene el éxito comercial que han alcanzado otras grandes firmas, pero la clientela conocedora y exigente es la que lo busca. Al través de toda su colección se ve el estilo tres cuartos, o sea, el trajecito sencillo y la chaqueta tres cuartos (ancha o recta) o bien la falda, la blusa y la chaqueta.

"Todas las casas tienen las dos líneas, la ancha y la angosta, pero no hay un término medio, es extremadamente ancha o lo contrario. Se da gran énfasis a las mangas que son muy anchas; a mí me parece absrudo esto, en un traje recto lo admito, pero en uno amplio no, pues sólo mujeres altísimas y muy delgadas pueden llevarlas. Volvemos un poco al estilo de 1830".

NOVEDADES

"La falda ha subido, poco, pero su tendencia es a eso: la línea princesa que la presentan todos los modistas, ayuda a esto, pues alarga la figura y puede llevarse la falda un poco corta.

"Las telas print en tonos muy claros se adorna con profusión para trajes de calle y de noche respectivamente. Telas rayadas para adornos en colores muy vivos.

"En pieles sigue en gran auge el zorro, sobre todo negro y blanco. Preciosas estolas, capitas adorables muy pequeñas, algunas parecen cuellos grandes.

"Los accesorios son más importantes que nunca, los zapatos sencillísimos, siempre pensando en perfeccionar la línea de la pierna, tacones increíblemente delgados, medias muy claras y casi invisibles.

"Joyas de fantasía magníficas, muy grandes, muy llamativas.

" Los sombreros no son perfectos, hace más de cinco años que no teníamos sombreros tan alegres, tan elegantes, tan juveniles; muy pequeños, puestos hacia adelante, pero son más confortables, y favorecen más que los que se ponene hacia atrás, ahora si están obligadas a usarlos, no pueden desperdiciar tanta belleza. Todos los colores del mundo, todas las flores, es increíble su variedad.

"Aunque como de costumbre en todas las colecciones europeas

nacho lópez / cuando una mujer guapa parte plaza por madero / revista siempre / 1953 * julio chávez vestido





CUANDO UNA MUJER GUAPA PARTE PLAZA POR MADERO





RELAMPAGOS, CHISPAS

Nacho López, fotógrafo de SIEMPRE! vió descender de un auto a una guapa mujer y decidió saber qué ocurriría cuando ella cruzara por la antigua calle de Plateros, donde los lagartijos de antes se conformaban con improvisar románticas frases a las muchachas bellas y los cinturitas de hoy, comérselos con los ojos. En las primeras de cambio, esto fué lo que sucedió.

LES DIO TORTICOLIS

Allá va, partiendo plaza por la Avenida Juárez, con garbo, salero y cintura de avispa. Los hombres de todas las edades y condiciones vuelven la cabeza en forma tan increíble que muchos al día siguiente, sufrían de tortícolis. Los que la vieron pasar olvidaron sus asuntos y la carestía, la política y la guerra de Corea pasaron a convertirse en problemas triviales.

Se dió un Coctel a Josefina Baker



DE IZQUIERDA A DERECHA la señorita Gómez Jasseau, Henri de Chatillon, Josefina Baker, la gran vedette y la señora de Contreras. (Foto Macso).

Exhibición de Chatillón

Sábado 27 de Febrero de 1960



Señora Beverly June Lee (Foto Lira)

Un selecto grupo de damas de esta capital reunióse anteayer en la casa Chatillón para asistir a un desfile de modas femeninas, que se inciara a las 16:30 horas.

Creaciones para la próxima estación de primavera y verano, modeladas por hermosas demostradoras, hicieron la delicia del numeroso conjunto de espectadoras, que mientras gustaban de exquisitos cocteles preparados para esta ocasión, admiraban los trajes que pasaban delante de sus ojos, escuchando a la vez la descripción que el dueño de la casa, usando el micrófono hacía de cada uno de los trajes y sombreros que presentaba.

Así vimos desfilar trajes sastre, de noche, de coctel, etc. con las telas más variadas y de fina calidad, y con los más sugestivos títulos como el Ramsés, Jade, Henri III, Pacífico, Jet, etc., etc.

La exhibición terminó como a las 22 horas.

Entre las señoras asistentes: la baronesa de Monin, la bella Teresa Mora de Del Río, la señora Correa, señora Ester de Rubio, baronesa de Cardaillac, señora de Cortazar, señora Lily Turcios de Aguilar, señoritas Carmen Hernández, señora doña Ana Elena Algara de Del Hoyo, la esposa del pintor Marín Bousqued, la señora de Palma y sus hijas, señora de Wiechers, la vizcondesa de Vives, Excma. señora de Hesse e hija, señora Evangelina C. de Highland, señora Carmen de Durán, la condesa de Polignac, señora Carmen Muñoz de Martell, Julieta de Bachmeister, señora de Gottlieb, señora de Martínez Taboada, señora María Luisa de Balmaceda, señora Malú Cabrera de Bloch, señora Amalia Solórzano de Cárdenas, señora Lodjka de la Torre, señora Refugio Ortiz de la Huerta de Vignón, señora Marta Valenzuela de Blando, el diseñador canadiense Emille Phaneuf, señora Josefina Carrocera de González, señora María Ofelia G. de Rueda, señorita Esperanza Urzúa y muchas personas más.

Excelsior 10-B Miércoles 4, Noviembre, 1959



Desfile Pani - Tao Izzo

Por TRIXI

La flor y la nata de las elegantes capitalinas con fama internacional se dieron cita la tarde del último jueves en los salones de alta costura de la Casa Pani, en la que presentó el diseñador Tao Izzo su colección invernal.

Mucho se hizo esperar este desfile suntuario y se comentó la entrada de la estación para una exhibición otoño-invierno, pero en realidad, la estupenda serie de modelos (sólo treinta) que vimos esa tarde no tiene fecha, ya que Tao se especializó en trajes de coctel y de noche de gran soiré y sólo tres modelos nos indicaron que su colección era invernal.

No uso Tao Izzo telas suntuosas, sino clásicas: satín, raso, chiffon, organza, jersey de sea y lanas ligeras; fue sólo el corte, sus originales ideas y lo bien logrado de los diseños lo que puso énfasis en todos los modelos, sin hacer falta oros ni platas, sino modelos propios para cualquier sitio, con una elegancia discreta al mismo tiempo que con todo lo último ordenado en París y adaptado con las personales ideas de Tao Izzo.

Al platicar con él unos momentos antes del desfile, comentó: " Mi colección para este año es quieta", no uso nada extravagante, quiero que se vea tan elegante en México como en París, Nueva York, Roma o San Francisco: es decir es una colección pensada para que viajen sin recurrir a firmas extranjeras, y creo que lo he logrado: además, a la mujer moderna le gusta que sus trajes costosos (aunque tengan muchísimo dinero) les rindan dividendos considerables y las telas ostentosas no son muy prácticas".

La colección se abrió con el clásico traje de dos pieza en franela gris de falda recta y chaqueta al estilo "Chanel", forrada de blanco haciendo juego con la blusa. El pequeño sombrerito, del material del traje, "Argonaut" lo tituló y con el recibió el primer aplauso.

Le siguió "Arbalete" y "Farfadet" dos modernísimos abrigos. El primero en tweed negro y blanco, de corte exageradísimo muy amplio y con mangas muy bajas, dando con ello mayor impresión de amplitud, el segundo, en pelo de camello, un la cintura en su sitio, los enormes escotes más profundos en la espalda (muchas veces llegando casi a la cintura), sostenidos con un solo tirante en forma asimétrica: Mucho negro y blanco combinado. Sombreros de piel o fieltros vellosos. El chiffon y el jersey trabajados en drapeados o ricamente plegado. La falda corta sin llegar a la exageración. Sus tonos blancos fueron o blancos rosados o azulosos, o grisáseos. Dio suntuosidad a toda la colección por el corte y las telas usadas con profusión pero sin presentar exceso de bordados ni telas ricas.

Entre sus trajes no podrían faltar sus favoritos rojos, que usó tanto para coctel formal en lana, como en chiffon y jersey para mucho vestir.

Al terminar el desfile, en el pequeño salón donde se diseña y observa las pruebas. Tao Izzo recibió a Dolores del Río, María Félix, Julie Gallardo Moreno, Lorenza de Azcárraga, Concha de Creel y otras cien personalidades que llegaron hasta él para felicitarlo y desde luego, "indagar" precios y ordenar sus pedidos.

tufic yazbek / studio yazbek / celanese mexicana / 60's * andonella /medallón 60's



'Voy caminando en la calle / mirando a las muchachas voy / y al pasar silbidos y piropos yo les doy /Alguna rubia, laciota, morena / hermosas y preciosas van...lara lara...' es el cover de los 'hermanos Castro' de la canción de Andy Williams de 1966 'Music to watch girls go by'. Apenas en 1953, cuando el fotógrafo mexicano Nacho López lanzó por las calles de Madero a una modelo con un vestido increíblemente entallado, la reacción de los hombres sería impensable en el siglo XXI: piropos, aullidos y cuellos torcidos por ver a las muchachas pasar. (266, 267)

En los sesentas la llegada de la minifalda y vestidos entalladísimos que hubieran sido inaceptables apenas diez años atrás son tan sólo un síntoma de los profundos cambios sociales que se darán en el mundo, no sólo en México, llega la píldora, la revolución sexual y la liberación femenina.

En esos años Tufic Yazbek (1917-1979) era parte del Studio Yazbek con sus socios Alfredo, su hermano, y su sobrino Edmundo Feres Yazbek. Trabajando con las estrellas del cine de esa época tenían las conexiones para facilitar el acceso al cine de su otro sobrino: Mauricio Feres Yazbek Garcés, mejor conocido como Mauricio Garcés.(288) Tío Tufic se había casado con Zaida Fuentes ... de Yazbek. Y con ello tuvo la misma suerte que el fotógrafo Irving Penn cuando se casó con Lisa Fonssagrives: no sólo encontró matrimonio sino la oportunidad de tener siempre a la mano a una mujer de tan extraordinaria belleza que colaboró para volver sus fotos aún más extraordinarias.

Si la industria de la moda en México hubiese estado más desarrollada, Tufic Yazbek se hubiera constituido como uno de los grandes nombres de la fotografía de moda. El uso comercial de sus fotografías era para los anuncios de su época. (272-277). Cerveza, refrescos de cola, en sets elaborados y a veces hechos con fondos proyectados de su invención. Aún siendo fotografía de moda de excelente factura, hoy su obra está olvidada. :(:...(

En esa década el que ha sido considerado como el 'Decano de la moda mexicana' Manuel Méndez entra a la escena. Después de una crisis vocacional tardía -había nacido el 12/09/1930- tiene en 1961 su primer contacto con la moda en un taller familiar.

Autodidacta se dedica a perfeccionarse en técnicas de alta costura, consiguiendo la maquila para la producción de Lanvin en Mx; y para el final de la década ya contaba con la atención de las grandes departamentales.

El Palacio de Hierro le invita a ser parte del 'Salón Internacional'. Que había sido creado por su director de publicidad Charles Kovec, en 1967 para traer a Mx marcas internacionales y organizar desfiles de gran lujo.

tufic yazbek / studio yazbek / anuncio de angel face / revista vanidades / 1 noviembre 1963 / colección trendo.mx

PROVOCATIVA BELLEZA PARA SU ROSTRO



Su rostro es el centro de las miradas, cuando luce el seductor acabado que le da Angel Face. Cautive... con la seguridad de que su maquillaje no cambiará de color después de aplicado. Su perfecta adherencia permanece fresca todo el día, evitándole la molestia del frecuente retoque. Escoja entre sus nueve tonos mate el más indicado para usted y realce su poder de seducción con Angel Face de Pond's.



Angel Face de Pond's

tufic yazbek / studio yazbek / estudio para anuncio de angel face / 1963

tufic yazbek / studio yazbek / modelo zaida fuentes de yazbek / 60's

tufic yazbek / studio yazbek / modelo zaida fuentes de yazbek / 60's

tufic yazbek / studio yazbek / 60's

tufic yazbek / studio yazbek / modelo zaida fuentes de yazbek / 60's



tufic yazbek / studio yazbek / anuncio para salinas y rocha / 60's









manuel méndez / bocetos de colección / tzeltal, hernanza, lluvia y hamacas / visión de mm

las tres 'emes'

Manuel Méndez en 1980 presentó su primera colección en París, con bordados mexicanos en los vestidos, aplicaciones que eran comunes en sus diseños y que veían en lo mexicano una continua fuente de inspiración. El 21 de septiembre de 2014, el mundo de la moda, conmocionado, recibió la noticia de su muerte. Un personaje con carisma y don de gente que lo convirtieron en uno de los protagonistas más queridos de la moda mexicana. Algunos años antes, en una nota conmemorativa del día del padre, en el periódico Reforma, Fernando Toledo y Lupita Aguilar comentaban que él era padre de una generación de diseñadores: Blanca Estela Sánchez, Gerardo Dragonetti, Ricardo Reyes, Héctor Terrones, Armando Mafud, Eduardo Luengas, Arturo Ramos, Bertholdo Espinosa y Jesús Ibarra, Faustino Monroy y Guillermo León.

Tal vez en esa relación de aprendizaje una de las alianzas más exitosas fue con Enrique Martínez, que fue asistente de Méndez durante seis años para luego ir a estudiar a París y ser contratado por la casa de Hubert de Givenchy, en donde llegó al puesto de primer asistente. En 1982 regresó a México al frente de la casa Marsel que era líder en la producción nacional. En 1983 presenta su colección de alta moda para el Salón del Palacio de Hierro. Nacido el 15 de diciembre de 1950 en Culiacán Sinaloa, murió el 26 de noviembre de 1999. A su muerte, una empresaria, Elisa Salinas abrió la boutique Enrique Martínez en Madison Avenue en NY, proyecto que cerró en 2002.

Durante la década de los setentas a Manuel Méndez y Enrique Martínez junto con Gene Matouk se les conoció como 'las tres emes' de la moda mexicana.

Este último, de origen libanés nació el 4/08/1925 y murió el 27/09/1997. Matouk había estudiado arquitectura y de ahí pasó a la moda. Hacía prendas de gala, noche y cóctel, pero ponía énfasis en que debían de poderse usar también cotidianamente; en las imágenes de época sus creaciones están en sintonía con Halston y DVF.

En 'modista de señoras' (Cardona, 1969), Mauricio Garcés hace el papel de un modisto de nombre D'Maurice que finge amaneramientos mil, para poder estar cerca de sus clientas que se convierten en sus amantes de ocasión. Y sus 'enemigos' son tres diseñadores envidiosos que lo siguen a todos lados, en uno de esos casos donde la realidad imita al arte.

En los sesentas otro diseñador muy mencionado es Esteban Mayo. Estudió medicina en su juventud y luego tuvo una carrera cinematográfica de relativo éxito. Después de una larga enfermedad que lo postró en una cama donde lo único que podía hacer era dibujar, se convirtió en florista y alguien le pidió que hiciera un vestido de novia acorde con el ramo que había creado. A partir de ahí realizó una carrera de éxitos sorprendentes, presentándose en el Salón de la Moda Internacional en París. Tuvo una gran casa de moda en la calle de Gutenberg 39 en la colonia Anzures de la capital. Y para la década de los 80's sorprendentemente cambió de giro y se convirtió en místico, astrólogo y lector del tarot. Su hit eran los vestidos de novia. Nació en 1927, un 5 de enero.(282)



andonella / swingin' sixties here i come / 2015

esteban mayo / revista life / 8 de junio de 1964 / cortesía ana elena mallet



Famoso por sus trajes de bodas, Mayo da en ellos vuelo a su imaginación creadora. El vestido que luce arriba Ana María, al que él llama "Novia Reina", uno de los más admirados, es de un raso fabricado especialmente por la Celanese Mexicana, S.A. Lleva un velo de tul de ilusión con lacitos de listón y una capa inspirada en la de Moctezuma, cuyos *panneaux* están bordados en paja, cristal de roca mexicano y burbujas iridiscentes de Baccarat. El vestido, de corpiño entallado y bordado, lleva la falda en A. El velo rodea el tocado, de azahares y pedrería.

A la izquierda, la actriz Elsa Cárdenas lleva otro modelo de Mayo. Es un traje de lana de dos piezas, de blusa típicamente mexicana con bordado floral. En el Palacio de las Mariposas, en Teotihuacán, Ana María se presenta también aquí en traje de baile, con un *panneau* bordado que se puede quitar y usar como estola (*derecha*). El tocado es de perlas y flores de migaja de pan de color rosa.





lance wyman, beatriz colle, josé luis ortiz, jan stornfel / uniforme de edecán / olimpiada méxico / 1968



agn/ fondo fotográfico * lance wyman / logo méxico '70 / edecanes mundial méxico 1970



En los años setenta el espejismo de modernidad que los gobiernos populistas estaban construyendo, acabará en una crisis económica generalizada, posterior a la promesa de que 'ahora sí' los mexicanos debíamos prepararnos para administrar la abundancia.

En ese contexto las marcas nacionales y la creación existían sin amenazas como la 'moda-pronto' de ahora: un mundo paralelo donde no tenías que competir con Inditex.

Las marcas juveniles de postín eran originarias de México. Era el caso de Aca Joe, que se originó en el puerto de Acapulco con un empresario de nombre Joseph 'Joe' Rank. Produciendo ropa de mezclilla que los jóvenes percibían como divertida y en tendencia.

La moda popular se vendía en tiendas como Milano, el taconazo Popis, (294-297) y era el tiempo de marcas como topeka -la respuesta mexicana a Levi's- , panam - el zapato deportivo mexicano por excelencia, y marcas inolvidables como calzado Canadá, calcetines Donelli, o los trajes de High Life.

Masaryk no era aún la calle de las boutiques en Polanco, hasta que en '79, Niobe López Ostalaza tuvo la idea de poner la boutique Frattina la primera en traer importaciones para un mercado de lujo de moda en Mx.

México no tenía una zona roja de tolerancia, entonces un grupo de intelectuales, entre ellos el pintor José Luis Cuevas convirtieron un barrio, la Zona Rosa, en un polo de atracción del lujo, la bohemia y la gastronomía. Tiendas como la Paranoia Boutique de Arabella Batiz (293) hicieron su aparición vendiendo ropa en onda para los rockeros con prendas caras, traídas de Uk: zapatos de plataforma, uniformes militares a lo 'Sgt. Pepper', playeras de Union Jack.

Tiendas como Girasol en la calle de Florencia vendían prendas con profusas aplicaciones en dibujos en colores brillantes con influencias étnicas. En las inmediaciones abrían casas de modistos como Mitzy o Willy Mena, donde la producción no era industrial, pero creaba imaginarios muy localizados para una clientela de fiesta o del espectáculo. Al salir del 'fitting' los clientes iban a salones de thé como el 'Esteba' y el 'Duca d'este- un mundo de lugares de postín antes de la proliferación de un oxxo en cada esquina.

- Variedad: por un lado diseñadores y marcas establecidos, pero por otro creaciones para jóvenes, para contraculturas, coexistiendo con modistas cursis especializados en aburridos vestidos de noche. ¿En cuál de esas direcciones se halla la verdadera moda? - en todas, en lo que de verdad se ve en las calles y acaba por constituirse en el espíritu de la época.

En la mencionada película 'Modista de Sras.' de la década anterior, el real diseñador de vestuario era Rubén Maytorena. Ahora 'Click fotógrafo de modelos' (Cardona, 1970) evocaba en la figura del fotógrafo a los grandes de la lente de ese época como el fallecido a destiempo Max Clemente, la creadora Nadine Markova y por supuesto Carlos Contreras para la revista Claudia (304-307).



agn/ fondo fotográfico / chicas caminando por la calle de morelos cdmx / 70's

México es una sociedad permanentemente conservadora. Ya para que la visión oficial permitiera vestidos a Go-Gó con escandalosa minifalda como uniformes oficiales tanto en México '68 como en el Mundial del '70, habla de que el embate del mundo moderno no podía ser detenido. (284-285)

A finales de 1971 en Avándaro, 'el festival Rock y Ruedas' fue el equivalente mexicano de Woodstock. Traducción literal de 'Rock & Roll', en un momento cuando la revista de 'onda' era la 'Piedra Rodante', la 'Rolling Stone' mexicana. En sus páginas se anuncia la 'otra moda' que buscaba una expresión juvenil, pasando por el 'DIY' -Hágalo usted mismo- con los consejos para customizar tu mezclilla (291). O la nota sorprendentemente conservadora de la revista que junto con 'la encuerada de Avándaro' recalca que es una juventud que casi no fuma mota y si lo hace, es poco y a escondidas, cómo se vió en los conciertos. :O (292) Quién haya vivido ese tiempo seguramente recuerda con cariño, no sólo al Salón Internacional en la parte baja del Palacio, Durango, sino las bolsas en las que te vendían todo tipo de mercancía de moda. (295, 296).



NACIONAL CINEMATOGRAFICA PRESENTA A
MAURICIO GARCES y CHRISTA LINDER en "CLICK FOTOGRAFO DE MODELOS"
con BARBARA ANGELY y AMADEE CHABOT • A COLORES • Distribuída por Azteca Films, Inc. • A-1401
PRINTED IN U.S.A.

PIEDRA RODANTE

No. 8 Enero, 1972 México: $4.00 Extranjero: Dls. 35c

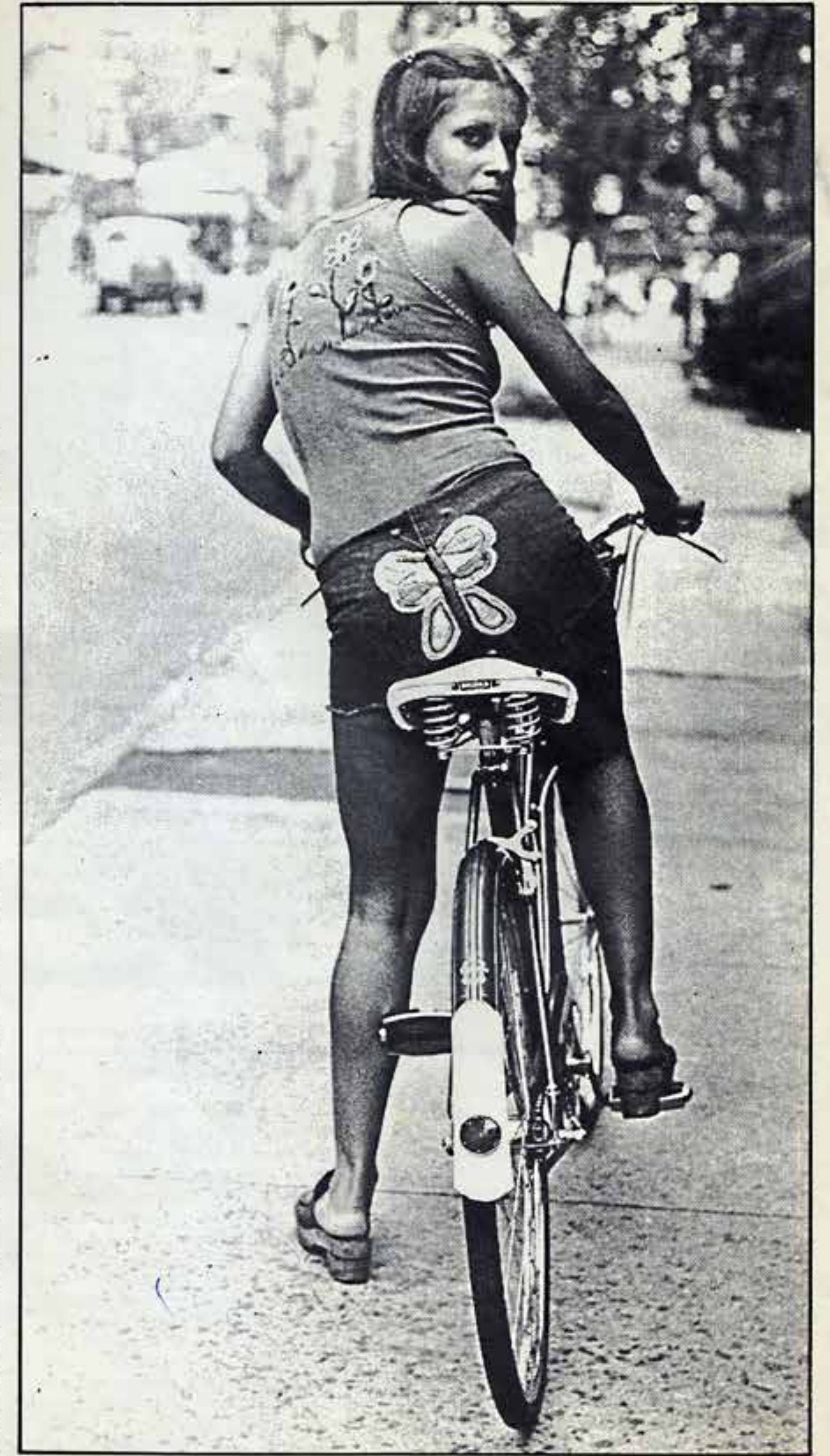
¡Gran Exclusiva!
La Encuerada de Avándaro se Confiesa

Las Chavas y el Catre

Represión Tirana - Píldoras - Furia Submarina - Rock
Mataciqüeñas - Pasón Sexual - Guillotina - Tornillos
Nacos Lovers - Refines - Violaciones - Otros Rollos

revista piedra rodante / no. 8 / enero de 1972 / colección trendo.mx

PARCHA-DECOLORA



Cómo hacer de una gris mezclilla azul los pantos más chiros de tu cuadra

vidorria. No hay necesidad de coserlos ni nada. Abusado con no escoger una figura demasiado frambuesa. Hay signos de la paz, estrellas, anclas y diferentes bichos pocamadre.

Quizá ya la hayas regado deshilachando las valencianas, o angostando las perneras; o si simplemente ya te quedan cortos los pantalones, no te friquées, que hay una solución para el problema. Todavía puedes tener unos yins bien chiros si sigues este consejo: vuélale a tu mother alguna tira bordada de colores fuertes y que sea ancha, o consíguete un pedazo largo de piel suave. La onda es que hay que ribetear las valencianas; si es con piel, doblándola y cosiendo un lado por el derecho y el otro por el revés; si es la tira (bordada), pegarle abajo algún listón o cinta de bastilla para reforzarla.

Hay unas gordas bien listas que aparte de bailar rock y darse sus toquetones, en sus ratos de ocio le ponen al tejido a gancho y pueden echarse unas tiras con hilaza gruesa o estambre, ideales para alargar valencianas. Pero en el peor de los casos, un recorte de tela, lisa o estampada, funciona para el mismo fin; siendo resistente, que no se arrugue y que no se encoja, y unida a la valenciana de la misma manera que la piel, provocará envidia de los chavos.

Casi cualquier clase de franja, fleco, encaje, galón o listón sirve para adornar pantalones de mezclilla. Pueden ir a lo largo de las costuras laterales de las piernas o en círculos, alrededor de las piernas. Se puede empezar desde la cintura, desde el tiro o desde la rodilla, hasta la valenciana, separando cada banda unos cuantos centímetros y alternando diferentes colores.

La chava que no pueda vivir sin naguas o que las prefiera a los pantalones, puede tener algo de los dos a la vez. Recortando los yins en cualquier punto de la pierna y reemplazando con un olán fruncido de cualquier tela, del largo que se les antoje. Así tendrán una mini, una midi o una maxi con bragueta

—A la Página Siguiente

—De la Página Anterior

yoría por chavitos de las vocacionales y prepas, de colonias proletarias, que nunca han tenido plenamente satisfechas sus necesidades vitales; que apenas son teenagers que casi no conocen de rock y que no tienen feria. Naturalmente, un contexto diferente dará resultados diferentes.

● De todos modos, este público que quería agarrar la onda, pero que aún no sabe cuál es la verdadera onda, se esforzó en comportarse debidamente. Los organizadores, sin ayuda de la policía, pudieron mantener el orden bastante bien por 50 horas, hasta que llegaron los acelerados en sus coches. Algunos desórdenes no fueron motivados por malevolencia sino por falta de educación. Imaginemos toda una multitud formada por decenas de miles de muchachos estudiantes, en la que no hay más que leves brotes de agresión. Los poquísimos accidentados que hubo, fueron en la carretera; sólo se perdieron cinco cocas, a pesar que todos estaban sedientos y se vendían en carpas al descubierto. Cuando viví yo esto, me conmovieron estos chavos a quienes ahora se culpa.

● Sin embargo, es verdad, hubo abusos. Hubo mucha paz y amor. Pero faltó mucha más. Hubo mucho acelere. Aunque minoría, hubo bastantes azotados para quienes el festival fue sólo un pretexto para sus desmanes. Leperadas, rapiña, exhibicionismo, sobre todo en los momentos duros de la noche del sábado y durante el regreso, cuando incluso se pusieron barricadas para conseguir aventón a fuerza.

● Como se previó, se consumió droga libremente. Hubo mucho alcohol y también thinner y pastas. La mota era poca (los chavitos traían muy poca feria; apenas algunos joints que rolaban por demasiados labios). Durante el día hubo poca relativamente. Parece que las drogas fuertes y los excesos venían del público de atrás, de los coches de la noche del sábado.

● Para comprender a Avándaro es preciso ponerse dentro de la sicología del chavo grifo. La mota es clandestina. Se debe esconder de la tira, de sus padres y maestros, de la gente que pasa cuando quema, de sus mismos amigos por si son "madrinas". Desconfía de todos, teme a todos. En Avándaro podía quemar en público y gritar a voz en cuello "Mari ...Marihuana". Avándaro demuestra una vez más que la represión nunca es efectiva para combatir las drogas ni para nada. De lo que se trata es de educar al muchacho, de permitirle ser, y ya no necesitará ni droga ni nada. Los chavos que han agarrado bien la onda, que traen su patín místico, han dejado de consumir drogas, o lo hacen eventualmente y con moderación. En Avándaro no fueron muchos (les disgusta todo esto) y los que fueron estaban más bien un tanto alejados, en amplios campamentos en medio del bosque. Ellos no modificaron sus actitudes durante el festival.

● El aspecto principal y más fascinante de Avándaro sólo lo podrán comprender quienes hayan estado en algún combate, catástrofe natural, peregrinación o evento religioso multitudinario. Los mismos "sicólogos sociales" tal vez no perciban su significado más profundo: aquel retorno tribal, regresión a lo dionisíaco, a las danzas frenéticas en torno a la hoguera, al ritmo del tam tam eléctrico, a las borracheras colectivas de



Rafael López

Al grito de paz y amor

CASOS de ALARMA!
PRESENTA UN HECHO DE LA VIDA REAL
VALIENTE EXPOSICION DE LOS HECHOS QUE ASOMBRARON AL PAIS...¿UNA JUVENTUD DESORIENTADA... O UNA GENERACION DE PADRES CULPABLES?
¡AVANDARO, EL INFIERNO!
¿AMOR Y PAZ?
VICIO Y DEGENERE ¿QUIENES SON LOS CULPABLES..?



Boris de Swan



Rafael López

Chunga para acá, chunga para allá



ciertamen
y abusos
acuerdo c
lad con q
ordó. Esc
y me due
Pero Aván
Nos guste
estudiado
siento una
ima, pues
de una g
Avándaro
l comercia
sea el ro
acido. Tal
roga, se p
les es más
lenguaje,
upo margi
le libertad
amor y
ue se nos
rockero,
xico, todo
hando a
o se le me
char: pol
glesias y
des, etc. Ojo chavos: d
tido crítico para no d
por lobos con piel de
● En Avándaro se
ción profética ese sueñ
en que convivan las cl
vianadas, que se traen m
ciones, pues saben muc
bien el movimiento hip
norteamericana; pero q
carnarlos en nuestra ra
populares, tan bellas, c
impulso, aunque aún
durez como para los f
Ahora se alivianan, com
y se dan cuenta de l
que son objeto. Reclar
clave musical que aún
en su propio idioma. En
aun clases sociales; pe
mano. La subcultura so
dentro de una socieda
comercia incluso con s
La revolución violenta
ses se cambia por la
paz y el amor, en el
con la renuncia burgues
La ilusión que al can
socioeconómicas se arr
y no habrá opresión, s
el grito de "aliviánate
cambiar al mundo en
entre las clases sociales
que ahora sea más difíc
neraciones. Avándaro
del Socialismo del Am
● La juventud de A
nas de miles— vivió
sin tira, sin adultos... y
Esto debería bastar p
desean comprender y co
salvaje y desconocido d
ración, vayan y escuc
cuáles son sus anhelos
se fijen sólo en que qu
vez la droga sea sólo e
interpone delante de es
los, que aún no pueden
lenguaje verbalista de
que lo hablan —simb
todas sus vivencias al
Avándaro, los hijos le
a sus padres: "Mírar
tócame; ese soy yo. Y
cubrirás qué bueno soy
tantas cosas que he
soy como ese pobre



revista piedra rodante / no. 8 / enero de 1972 / colección trendo.mx

PIEDRA RODANTE/OCTUBRE 30, 1971 PÁGINA 39

En onda con la familia TOPEKA

Chamarra Safari **TOPEKA**. 16 colores. La puede usted comprar en color idéntico al pantalón.

Chaleco **TOPEKA**. También en 16 colores. Lo puede adquirir en color idéntico al pantalón.

Los mismos estilos **TOPEKA** para jóvenes de 10 a 18 años.

Vaqueros **TOPEKA** normal. 16 colores. Con o sin campana más larga de atrás.

Las prendas **TOPEKA**, por su proceso KORATRON, nunca necesitan plancharse. Su proceso SOIL RELEASE permite que cualquier tipo de mancha salga con una simple lavada.

milano

Las tiendas de la Gente Nueva.

MILANO SAN JUAN DE LETRAN
S. J. LETRAN No. 2-H/ No. 6-B/ No. 6-D/ No. 32/ No. 36

MILANO LA VILLA
F. JUAN DE ZUMARRAGA No. 11, FRENTE A LA BASILICA

MILANO AQUILES SERDAN
AQUILES SERDAN No. 19/ No. 23/ No. 29/ No. 37

MILANO TACUBA
CALZ. MEXICO TACUBA No. 638, JUNTO AL CINE TACUBA Y No. 813, FRENTE AL NUEVO PARQUE.

MILANO TACUBAYA
AV. JALISCO No. 173, JUNTO AL CINE ERMITA

MILANO CIRCUNVALACION
ANILLO DE CIRCUNVALACION, ENTRE SOLEDAD Y CORREGIDORA

MILANO METRO
ESTACIONES: PINO SUAREZ, CHAPULTEPEC, NATIVITAS, SALTO DEL AGUA.

MILANO TLALNEPANTLA
ALLENDE No. 32, A UNA CUADRA DE LA ALAMEDA

MILANO CALZ. DE TLALPAN
CALZ. DE TLALPAN No. 1077 (PARADA NATIVITAS)

revista piedra rodante / no. 8 / enero de 1972 / colección trendo.mx



bolsa estampada del palacio de hierro / 70's

bolsa estampada del palacio de hierro / 70's



revista piedra rodante / no. 8 / enero de 1972 / colección trendo.mx

juan gabriel / década de los setentas



La moda-pronto actual proviene de un momento en la década de los 60's en Londres, cuando Barbara Hulanicki fundó la 'tienda más hermosa del mundo': BIBA. No era la idea de una marca sino más bien de una departamental en la que se vendían todo tipo de productos desde ropa hasta belleza. Constantemente sacando novedades a piso de venta. En boga con el gusto juvenil por el art decó en ese momento, el logo y la tienda estaban en ese estilo.

Pixie Hopkin nació en Singapur el 12/04/1942 , sus papás viajaban debido a la 2nda Guerra Mundial. Ella se considera de origen irlandés. Conoció al mexicano Juan José Gurrola -personaje legendario de la contracultura en el Mx de los 60's- y se casó con el. Llegó a la ciudad de México para ser cantante y actriz. En su segundo matrimonio, su marido era publicista del programa 'Siempre en Domingo' y Pixie realizaba el vestuario del programa. Lo que causó gran demanda por la ropa que se mostraba.

Con sus pelucas y pestañas postizas, la marca PIXIE ya era legendaria, sumando la línea de ropa y cierto aire que recordaba la tendencia BIBA. Puso tres boutiques en Zona Rosa, Satélite y Polanco y también vendía en Palacio de Hierro. Extendió sus ventas a Estados Unidos vendiendo en Saks, Nordstrom, Neiman Marcus y hasta en Bergdorf Goodman.

Según nos contó en las entrevistas para 'Mextilo: la película' (Prado, 2014) aún cuando tuvo un éxito tal que llegó a tener 42 tiendas, 5,000 puntos de venta para las pestañas y cientos de empleados, las sucesivas crisis que se dieron en la década de los ochenta desde el terremoto, devaluaciones, y la posterior apertura del libre comercio, hicieron cada vez más difícil la supervivencia de la marca, hubo un gran cambio en el gusto respecto al tamaño de los peinados, la gente buscaba marcas extranjeras, hasta que la marca cerró.

Pixie continuó trabajando activamente para Palacio de Hierro en el área de tendencias bien entrado el siglo XXI.

Sus looks más divertidos, con las pelucas gigantes y las pestañas, le hicieron la ropa de ocasión perfecta para la década de la música disco. Su nombre legendario sigue resonando en la memoria de la moda mexicana. En las colecciones a las que nos dió acceso, vemos prendas que perfectamente pueden competir en paralelo con el Kenzo y la Rykiel de esas mismas épocas. (300, 301)

pixie hopkin / figurines para sus colecciones / marca pixie / década 70's





















pixie hopkin / colecciones / marca pixie / década 70's

abel quezada / cartón dedicado a ramón valdiosera / excélsior / 1961 - comentando que 'así' eran los modistas, excepto valdiosera

La Tercera Posición (III)

POR ABEL QUEZADA

YA CON EL ARMA QUE ES LA MODA EN SUS MANOS, EL TERCER SEXO COMENZÓ A USARLA INTELIGENTEMENTE, PACIENTEMENTE, PERVERSAMENTE...

LA META, PARA LOS MIEMBROS DEL TERCER SEXO, ERA OBVIA: QUE TODA LA HUMANIDAD FUERA DEL TERCER SEXO.



ERA NECESARIO QUE LOS HOMBRES VISTIERAN COMO MUJERES Y LAS MUJERES COMO HOMBRES: BOTAS, PANTALONES, CUERO, PUROS Y PIPAS PARA ELLAS.



BOLSOS DE MANO, PANTIES, BLUSAS BORDADAS, SEDAS Y BROCADOS PARA ELLOS.

YA LOGRADO ESTO, LOS MIEMBROS DEL TERCER SEXO PODRÍAN MEZCLARSE LIBREMENTE ENTRE LA GENTE SIN QUE NADIE NOTARA LA DIFERENCIA.

julio chávez / vestidas y desvestidas / 1991 / colección trendo.mx

Julio Chávez

El modisto de las estrellas presenta:

VESTIDAS y DESVESTIDAS

La impresionante trayectoria de un genio sin épocas con más de 50 años dedicados al mundo de la farándula en México



Tercera edición corregida y aumentada

revista claudia / moda julio chávez / década 70's / cortesía carlos contreras



Moda Mexicana en...

París

Julio Chávez, extraordinario diseñador mexicano, plasmó en su colección "Moda Mexicana" toda la belleza de los trajes regionales de nuestro país, logrando así verdaderas creaciones, que se encuentran a la altura de las colecciones internacionales.

Coordinación: Bona Campillo
Fotografías: Aníbal Angulo y Carlos Contreras

Café Les Deux Magots en St. Germain. En sus diseños de la colección internacional, Julio Chávez utiliza para noche el jersey de seda y la pluma de marabú, como lo lucen las modelos.

En el parque de la **Iglesia de Saint Germain,** la modelo viste un elegante traje para noche, confeccionado en jersey seda y pluma marabú.







41

revista claudia / moda julio chávez / década 70's / cortesía carlos contreras

beachwear, cocktail &

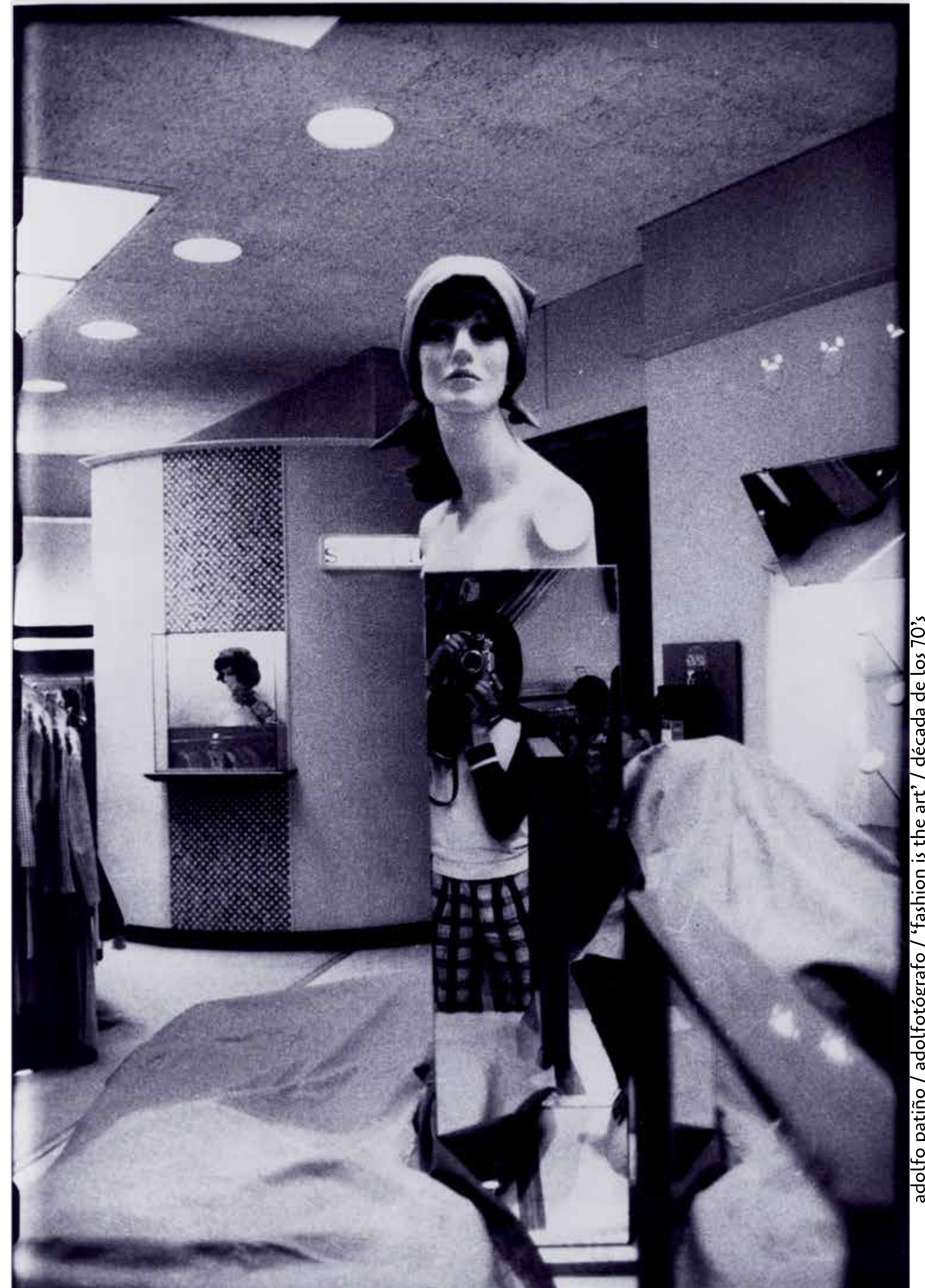
night dresses. Eso decía el anuncio: ropa de playa, de cóctel y de noche. Con dos tiendas, una en Acapulco en la Calle Hidalgo #22-1 y en ciudad de México en Florencia #41 Zona Rosa. Las tiendas eran de Julio Chávez, quién publicó su autobiografía en 1991, 'Vestidas y Desvestidas' donde se declara a sí mismo el 'Modisto de las Estrellas'. Libro pletórico de anécdotas del mundo de la farándula televisiva que parece fascinante a muchas personas y queda en evidencia en que el libro se reeditó en la friolera de 10,000 ejemplares en sucesivas ediciones. Julio había nacido el 18 de mayo de 1920 en Ahualulco de Mercado, estado de Jalisco.

El 21/12/2013 falleció Chávez en las condiciones usuales en las que su marca se extinguió junto con el. Había trabajado desde la década de los treintas, y le tocó vestir tanto al cine de oro mexicano, como a las rumberas y las vedettes. En los 70's tuvo sus mayores éxitos recibiendo premios como El dedal de oro y las Tijeras de Oro. Como diseñador jalisciense, fue reconocido por su estado que lo patrocinó para presentar colección en París. Tuvo un estilo de mucha pedrería y bordados, con siluetas de gran sensualidad - se dice que el vestido que trae la modelo en las fotos de Nacho López es de su autoría. (266-267) Otro elemento común es que hace parte del vestido la forma del rebozo la integración con la mantilla, sumando piezas tradicionales a cortes modernos.

En editoriales de la revista Claudia vemos su moda desfilando en capitales europeas, desde ciudades en Polonia, hasta las calles de París. Y en la influencia de aplicaciones los motivos mexicanos conviven con una silueta moderna acorde a su tiempo. Estas producciones eran llevadas desde México a esos escenarios y publicadas aquí de manera totalmente independiente, en un momento en que el auge editorial hace que se consuman profusamente revistas mexicanas como Claudia, Vanidades, Activa, etc.

Marqués del Rivero en Insurgentes Norte, el sastre Ignacio Orendain que vendía en el Salón del Palacio, Laila Bath, Esteban Matisson, Jesús Ochoa en Guadalajara son nombres de los que no hay memoria. Josefa y el Águila descalza era una marca que aludía al nacionalismo. Su diseñadora nació en Sabinas en Nuevo León, al inicio de los años 50's y viviendo en Puerto Vallarta comenzó a hacer joyería y ropa de playa. Es descubierta por las celebridades internacionales y su estilo de caftanes en algodones coloridos, con mucha influencia mexicana y al mismo tiempo 'folk', le hacen tener un negocio muy exitoso, con tienda en Boston y presencia en las departamentales de USA. Hay quién percibe a Josefa con superlativos, pero aún faltaría encontrar una figura femenina equivalente a Valdiosera.

En la imagen del joven Adolfo Patiño tomada en una gran tienda (309), se ve que la moda tanto como las identidades estaban cambiando en los setentas. Una figura de gran arraigo popular y que marcaba el gusto del público como Juan Gabriel (298) hubiera sido inimaginable unas décadas atrás en las que el machismo solo permitía prototipos masculinos como los del Charro Cantor. Abel Quezada el genial caricaturista, hace un comentario acerca de la moda como un complot del 'tercer sexo' y que por eso existía una profusión en las modas 'unisex' de ese tiempo.Nota al margen, en una esquina del cartón se ve como Valdiosera prefiere escapar de ese complot. (302)



adolfo patiño / adolfotógrafo / 'fashion is the art' / década de los 70's



son los años ochenta... y ahí está

Un inicio de década optimista que acabará con crisis económica y devaluación, el SIDA y de remate el terremoto, haciendo que esta década sea un verdadero cambio de paradigma.

El 9 de diciembre de 2015 falleció de neumonía, Sergio Ocaña. Diseñador sampetrino, regio, que en la década de los 80's cambió de rumbo de la arquitectura a la moda, estudiando en St Martins y fundando la marca Conceptos. Ocaña junto con Zulema Olivares, Ramón Guerrero y Marcelo Ríos se les conoció como: 'la ola regia'

A finales de los setenta, Anna Fusoni había establecido la primera semana de la moda en México, al mismo tiempo que se convierte en columnista de moda los diarios Ovaciones y Novedades y promueve el Salón boutique. (320)

Ricardo Santana que tenía ecos de las líneas de Mugler y Montana a la mexicana; Julián Maceda en la confección de prendas masculinas, Ramón Herrera y Alejandro Solís, Liz Kena, Miguel García, Juan Briseño, Isabel de Grenada, Mónica Aboumrad, Jana Jaffe, la marca Aspasia de Martha Riestra, Wanda Amieiro y Javier Lario.

El español Lario (321-324), inicia su carrera en 1979 como aparadorista y diseñador de moda en Pixie Fashion (299-301). En 1980 creó su propia línea de accesorios y un año después lanzó su primera colección de ropa que firmó también con su nombre; desde 1982 además de desfiles de moda hizo programas de televisión como Videomoda y Video-cosmos. Era responsable de la imagen y vestuario de Valores Bacardí y diseñó la imagen de Alejandra Guzmán, Thalía ,Yuri, Pandora, Eugenia León y Mecano.

Por su parte, Wanda Amieirio, diseñadora de origen puertorriqueño, vino a Mx porque se casó con un mexicano y comenzó en 1986, desde entonces ha vendido en el Palacio. En el siglo XXI se ha unido su hija Oriela en el diseño. Sorprendentemente en 2017 todavía goza de un presencia saludable en redes y venta en línea, cosa que hemos visto no es muy común pues las marcas mexicanas no tienden a ser ni longevas ni prósperas.

Si en los años setenta queda la huella de Max Clemente entonces, el fotógrafo que define la imagen de las siguientes dos décadas es: Carlos Somonte. Todo mexicano tiene referentes a sus imágenes pues videos de Fobia, Café Tacuba, La Maldita. Imágenes de Sasha, Luis Miguel son identificables con su estilo. El proceso cruzado con su peculiar color, y las fotos que tomó a subculturas que surgían en ese entonces como los punks de barriada (311) o la colaboración que hizo con el diseñador de vanguardia Dhyan Pritamo (313), trabajos que se ven informados de la escena mundial y con las ganas de hacer una foto de moda mexicana de avanzada.



carlos somonte / serie punks / coudad de méxico / 1983-1985 / cortesía somonte

Ni moda, ni gusto, es ausencia de atención y cariño

revista somos hermanos / enero 2004



carlos somonte / moda dyhan pritamo / analia diablo / 1988 / cortesía somonte

En la televisión causan furor la telenovela 'Cuna de lobos' y el programa nocturno 'Mala Noche No'.

Los jóvenes se visten con marcas mexicanas como 'Moderatto' que se vendía en las plazas comerciales y tenía ropa al estilo de la vanguardia musical de ese entonces. Existía una marca de terciopelos y veloures JB Martin, que tuvo una superproducción de material y se les ocurrió lanzar una línea de jeans hechos con terciopelos de colores encendidos: rojo, amarillo, naranja, verde. Con tal éxito que tuvieron abrir tiendas con el nombre de la marca 'Edoardos California'.

La marca mexicana de zapatos 'Domit' dominaba el mercado de tendencias juveniles con sus botines de suela spaghetti. La marca 'Furor products' de los hermanos Canedo, aterrizaba mexicanizando a la marca italiana Fiorucci.

Con toda esa moda, el segmento fresa iba a discotheques como el 'Magic Circus' pero el grupo alternativo se daba vuelos en lugares como el 'Tutti Frutti' y el legendario '9', feudo de Henri Donnadieu. En 2014, Guillermo Osorno publicó 'Tengo que morir todas las noches' la historia del '9' en donde hay pistas y anécdotas acerca de los modistos y marcas de esa época.



J.K.

El 19 de septiembre de 1985 a las 7:14 de la mañana un terremoto devastador sacudió la ciudad de México: se calcula que se derrumbaron cerca de 800 talleres, gran parte de ellos clandestinos, donde miles de mujeres trabajaban sin ningún tipo de prestación social.
Un encabezado terrorífico:
'De Topeka ninguna salió viva'. Más de 40.000 costureras se quedaron sin trabajo y sin derecho a una indemnización. Por un lado la tragedia humana de las costureras, pero el golpe a la confección sufriría la puntilla cuando poco tiempo después se abrió el mercado a China, primero, y a la moda-pronto, después.

Tres días después del terremoto, todo estaba listo para inaugurar la escuela Jannette Klein que tuvo que posponerse ante la magnitud de la tragedia. Con apenas 24 alumnos, Jannette y su esposo Xavier Reyes se lanzaron a abrir en ese momento tan difícil.

El que se fundara una carrera de moda fue determinante para profesionalizar la idea del diseño en México. Además de ser la escuela pionera, desde 2016 fue nombrada en el ranking de las Top 100 fashion Schools in the world en el que aparecen sólo dos universidades de moda en Mx. la Jannette Klein y la Universidad Iberoamericana.

Para lograr eso tuvieron que pasar tres décadas y un porcentaje de creadores que alcanzaron éxitos en la moda como: Héctor Terrones, Sarah Bustani, Malafacha y Francisco Cancino de la marca Yakampot.

Dos personajes también egresados de ahí, son la experta en moda Desireé Navarro con sus trabajos de investigación pioneros para hacer una historia moderna de la moda. (332). E Iván Aguirre que sorprendentemente estudió moda para jamás dedicarse a la confección y en cambio convertirse en uno de los fotógrafos de moda más talentosos, interesantes y versátiles de México.

El asunto de la educación de moda en México tiene todavía que consolidarse a nivel país, si la industria textil y la moda son de las primeras generadoras de riqueza en el país, entonces un indicador de crecimiento para la moda en Mx, será cuando las universidades públicas, establezcan carreras de diseño en moda, sin el prejuicio de que son superficiales.

iván aguirre / vestido en neopreno / daniela saldaña / revista spoon / 2014 / cortesía universidad jannette klein

VOGUE
MEXICO
EDICION ESPECIAL
AÑO 8 - NOV
$3000

HOMENAJE AL
CINE MEXICANO

Cuando en septiembre del 2014, la revista VOGUE celebraba en nuestro país 15 años de existencia como un fenómeno plenamente del siglo XXI, se olvidaba que ya había tenido la experiencia de una vida pasada en el siglo anterior.

Un periódico importante de la época era 'NOVEDADES' que compró una licencia para elaborar la revista VOGUE MÉXICO (324) desde sus oficinas en la calle de Balderas. El editor general Noé Agudo, recopiló a un grupo de escritores de primera línea : Carlos Monsivaís, Alberto Ruy Sánchez, Luis Carlos Emerich, Luis Guillermo Piazza, Margo Glantz... un quién es quién de la intelectualidad mexicana, generando textos de gran calidad.

Para hacer los contenidos de moda, un modelo masculino que desde la década anterior había conquistado las pasarelas europeas, HÉCTOR DE ANDA, ahora genial editor, dirigía los shootings, editoriales y promocionales, y se mantendría en el cargo de 1980 a 1994, ganando tres premios OMNI al mejor editor de moda. Difundiendo las marcas del diseño nacional, llenando las páginas tanto de ropa de las tiendas departamentales como de una perspectiva de apoyo al talento nacional en la ropa, las marcas, los fotógrafos y los escenarios. VOGUE MÉXICO hacía las veces de un medio de sociales, una revista con artículos en profundidad y un impulsor de la moda mexicana.
Posteriormente Héctor de Anda hizo un exitoso salto al mundo del arte con una excelente producción plástica y en el 2010 se casó con Jesús Ibarra de la exitosa dupla Ibarra + Bertholdo.

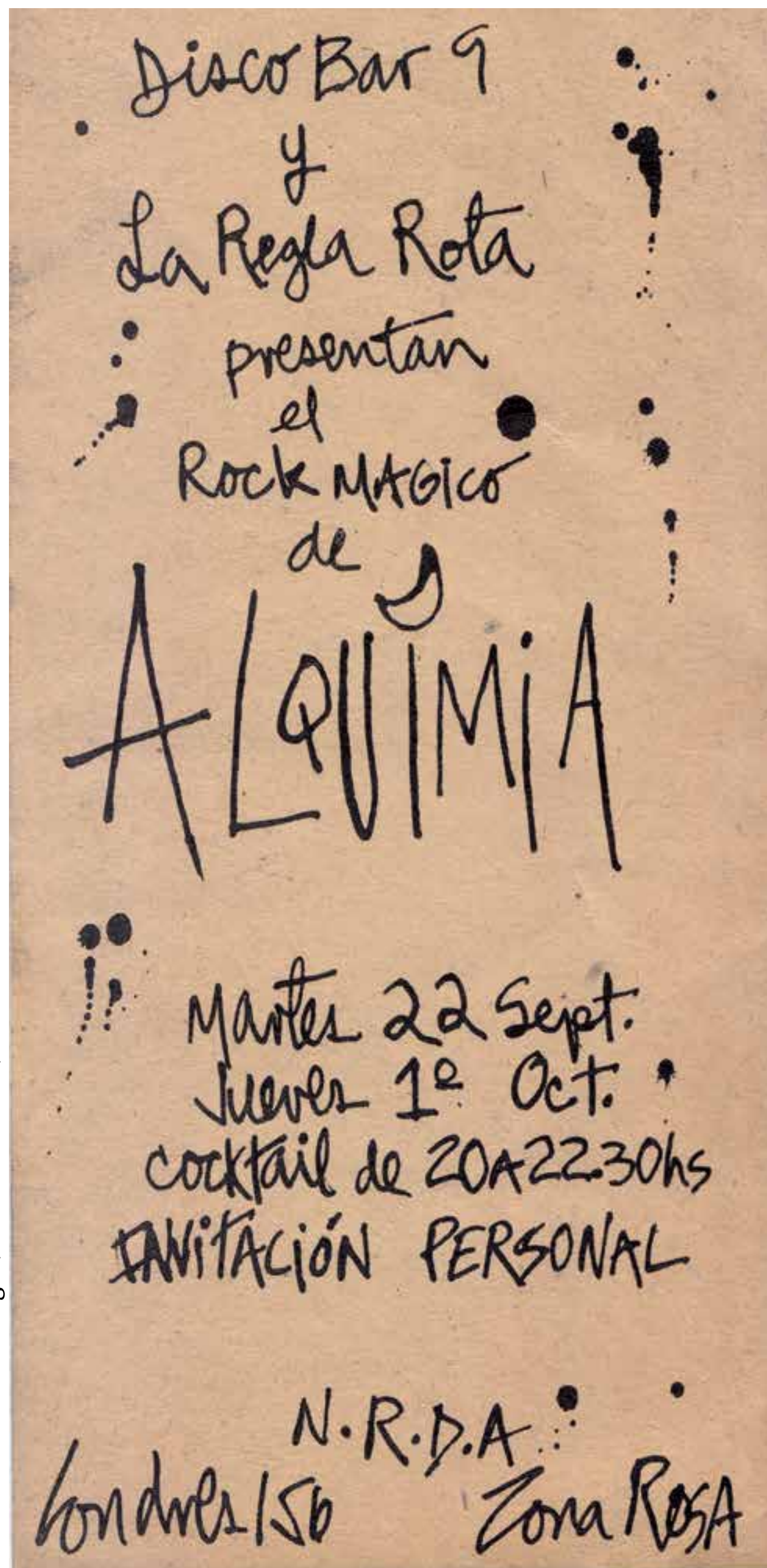
Cabe mencionar que el premio OMNI creado por VÍCTOR JUÁREZ fue el galardón nacional que desde 1983 hasta 1995, era el referente en el reconocimiento a lo mejor de los profesionales de la moda en México.

De 1986 a 1990 la revista VÉRTIGO del multifácetico MANUEL ZAVALA, era el equivalente mexicano a las revistas de vanguardia británicas como I-D, THE FACE Y BLITZ, que sorprendentemente llegaban cotidianamente a Mx.
En las páginas de VÉRTIGO, se veían las propuestas de moda de vanguardia, desde AMIEIRO, a LARIO, hasta las de los regios como ZULEMA OLIVARES.
(318-325)

En los años 70's la moda ocupaba al máximo al jefe de la familia PIERO DEMICHELIS y su marca ARBITER. A su muerte repentina, sus hijos KEKO DEMICHELIS y CARLO DEMICHELIS toman la rienda del negocio.

Keko tuvo a su cargo la marca deportiva FILA, y Carlo comenzó vendiendo en el SALÓN DE PALACIO. En 2004 estableció su propia casa bajo su nombre especializado en ropa femenina y un año después otra tienda ahora para las necesidades del hombre.





ramón sanchéz lira 'mongo' / invitación del 9 / 1981

Entonces en los ochentas oías a 'The cure' y con los mismos pelos y look a los 'Caifanes'. Te ibas al '9', leías la sección de Alaska en Vértigo. En 1986 Fusoni, funda el Modapremio, concurso y plataforma para dar acceso a los jóvenes diseñadores.

Fabián Vergara de Jalisco, nacido en el 1958, presentaba su primera colección en 1986, y tan sólo diez años después se declara cansado y se va hacia el mundo de la creación de imagen, desde Miami y para artistas televisivas; así como emprendimientos como su restaurante el 'Sueño Guajiro'. Roberto Villarreal comienza en su natal Monterrey -donde vió luz en 1966- y se convierte en una promesa del diseño juvenil y de vanguardia. Haciendo la imagen para grupos como Magneto, Mercurio y OV7, para después desaparecer del horizonte público.

Hacia el final de la década la propia Fusoni cuenta, cómo para ONC -Oficina de Compras Nacionales- una feria que ella organizaba en la que los confeccionistas ofrecían sus productos para las boutiqueras en todo el país, así de repente un día los compradores ya no llegaron: había nuevos competidores, desde los chinos hasta el nuevo concepto tipo Zara, compitiendo con precios bajos y gran escala de producción. Entonces cientos de confeccionistas quiebran.

Las casas de moda que quedaban en la Zona Rosa, comienzan a moverse hacia Masaryk, la industria de la confección en crisis dejará paso a la idea del diseñador-autor de pequeña escala que se dará en las siguientes décadas.

VERTIGO
LA CREACION EN EL VIVIR
1987 NO 11
Junio-Julio
2000 pesos
ALASKA

GENTE/ANA FUSONI. PROMOTORA DE MODA.

Por: Manuel Zavala

Si alguien me preguntara quién es el promotor perfecto de la moda joven en México, quién es la gente que ha estado en contacto con el mundo del *fashion* en la Manzana de Hierro, quién ha trabajado con oficio y claridad en el periodismo, manteniendo una sección que llevaba por nombre *Anotaciones de Aries*, quién es La Promotora que anda a la búsqueda de los verdaderos talentos, yo respondería sin lugar a dudas: Ana Fusoni, quien junto con Armando Zenteno maneja O.N.C., oficina que es singular en nuestro país. Una organización dedicada a proveer a infinito número de clientes de todo el país de lo que se produce en la moda, que funciona a manera de club y al igual que sus 700 similares existentes en la unión americana, ofrece un buen servicio sobre lo que las boutiques y tiendas en el D.F. y en provincia demandan.

Para la Sra. Fusoni hay, entre los hacedores de moda, tres categorías:

Primero, los innovadores, que son quienes se encargan de romper con los cánones de las modas establecidas y, más bien por intuición y sentido estético, lanzan propuestas novísimas que normalmente están de acuerdo con lo que año con año se designará como moda actual.

Segundo, los creadores, que en primer momento fueron innovadores pero que ahora ya tienen una solidez y consistencia que los hacen mantenerse en el candelero con un estilo definido y siempre aportando algo nuevo. Para Ana Fusoni éstos son los más importantes.

Y por último, los diseñadores, que son gente con una carrera larga y un prestigio ya firmemente fincado pero que no aportan, necesariamente, nada nuevo a la moda sino que, más bien, se dedican a seguir las corrientes y tendencias de lo nuevo para mantener su lugar y prestigio.

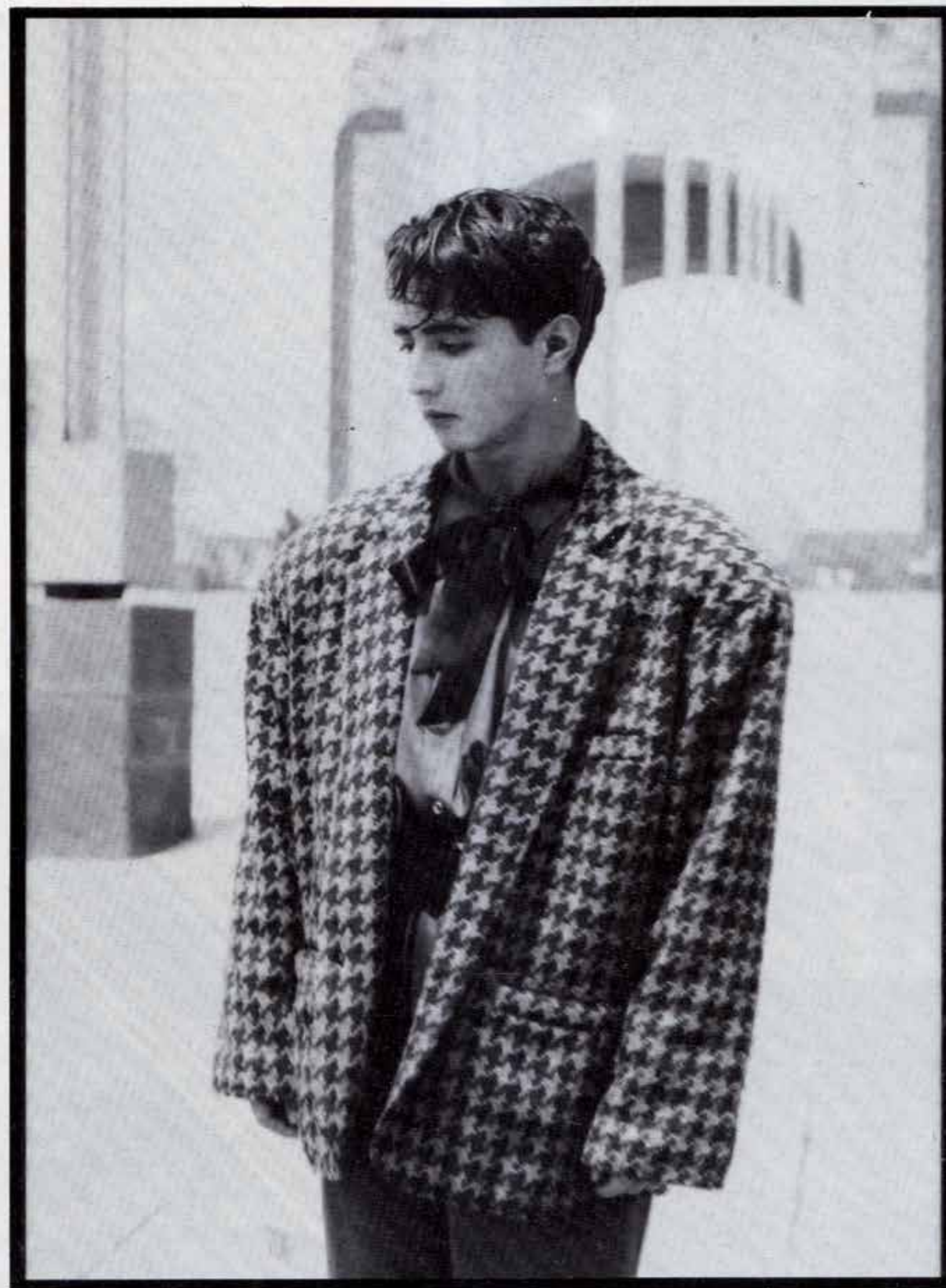
Desde luego, la capacidad de recreación en la moda es tan importante como otro tipo de propuesta, ya que ella nos permite, invariablemente, conocer las posibilidades de una tendencia.



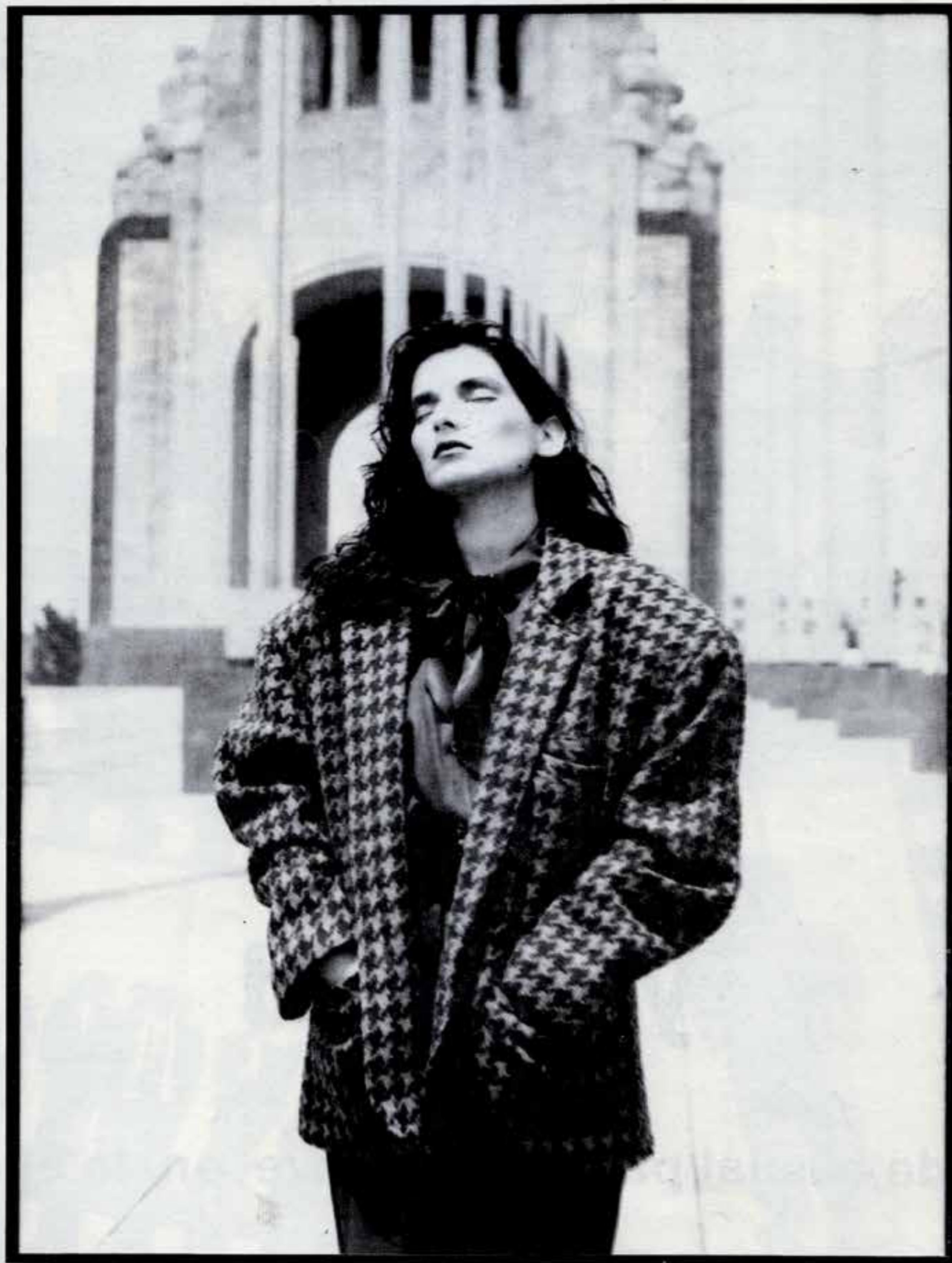
ANA FUSONI

Al preguntarle sobre los nuevos talentos con que cuenta el mundo de la moda actualmente en México, nos contestó que para ella, la gente que está haciendo las cosas más importantes e interesantes son: Alfonso Peregrina, Ramón Herrera, Liz Kena, Javier Lario, Miguel Angel Zoriano y Miguel Angel García.

Ana Fusoni es la responsable de la organización de *Salón Boutique* y *Primera Visión*, eventos importantísimos de la moda en México, ya que es ahí donde se dan a conocer los nuevos talentos.



1987 **JAVIER LARIO** 1988



manuel zavala y alonso / revista vértigo / 1987 / cortesía manuel zavala / colección trendo.mx *andonella / ochenteros / 2015

1987 **JAVIER LARIO** 1988

monica aboumrad

anuncio / furor products / juan canedo / revista vertigo / 1988 / cortesía manuel zavala / colección trendo.mx

neo-mexicano

era el nombre de la corriente artística por excelencia del México de los ochentas.

En tiempo de Don Porfirio se había prohibido una expresión popular: las pinturas murales en las pulquerías. Entonces, al triunfo de la revolución Vasconcelos, Best, Diego Rivera & Co. llevaron la idea de poder hacer murales en Palacio Nacional, como una declaración de la vuelta a lo popular, lo auténtico del alma nacional.

Con esos ideales, Rivera, Orozco y Siqueiros declararon: No hay más ruta que la nuestra. Declarando un monopolio en el arte, hasta que en los sesenta un grupo de artistas, los mismos que hablaban de la Zona Rosa, dijeron que había que abolir la 'Cortina del Nopal' y hacer un arte de ruptura. Buscar en el extranjero formas mejores que las nacionalistas.

En resumen, es como palpita el arte mexicano desde entonces. Nacionalismo vs internacionalismo intercalados. Después de la ruptura, vinieron 'los grupos' y luego el 'neo-mexicanismo' que acabó cuando todo mundo se volvió conceptual en México... hace 30 años...AF!

Las luchas del arte -aunque no se habla de ello- tienen eco en la arena de los diseños y la moda. Si los tres grandes deslumbraban con su peso, Best-Covarrubias-el Chango abren la puerta a otra noción del nacionalismo. Y Valdiosera-Chatillón-Valdés Peza, hablaban dentro una arena paralela al arte, la de moda, de los mismos problemas y construcción identitaria.

En 1946, un artista norteamericano Ad Reinhardt, dibujaba en tono de broma explicaciones didácticas acerca de que era, y cómo entender el arte. En 'How to look at modern art in...' dice que todo el tronco del arte moderno está basado en Braque, Matisse y Picasso, con raíces en Van Gogh y Gauguin. Que de sus ramas se dividía en abstractos, entre ellos Mondrian, Léger y hasta Duchamp.
Y otra rama, podrida y quebrada por el peso de un montón de estorbos, la social-surrealista.

De la rama cuelgan: los artistas que sólo crean para concursos / aquellos que hacen arte en función del tema -subject matter- / y sorprendentemente para nosotros: mexican art influence ö.Ö

Si lo aplicamos al diseño de moda contemporáneo, marca muy bien esos tres peligros: se puede participar en concursos pero no debe ser el único motivo de creación / la inefectividad de aquellas colecciones que se pierden en la narrativa y que no son ni prácticas, ni atractivas, ni en tendencia pero en las que sólo importa el tema / y particularmente la necesidad de alejarse del folklorismo ramplón para explorar nuevas encarnaciones de la identidad.

No en los ochentas sino en 2017, uno de los diseñadores más interesantes resolviendo esta ecuación es Ricardo Seco. Originario de Torreón, Coahuila, comenzó una carrera de negocios para arriesgarlo todo en búsqueda de cumplir su vocación en la moda y presentar su primera colección en Mx. en el año 2002. Clásicos inmediatos como los tenis New Balance cubiertos con tramas y dibujos huicholes, le hicieron catapultarse para ser el único mexicano presentando en las pasarelas del New York Fashion Week y con presencia en eventos como la exposición Global Fashion Capitals en el Fashion Institute of Technology FIT en Nueva York, junto a Carla Fernández en el 2015.

Su colección Juntos Together del 2017 es un inteligente ejercicio de diseño en el que los símbolos nacionales, las frases fundacionales de Benito Juárez, y el encuentro de los colores y los blasones de Estados Unidos y México. Su trabajo demuestra algo que estamos olvidando: la identidad mexicana también es un melting pot.
Que no puede refugiarse y aislarse sino tiene que convertirse en algo vivo. Ese mismo mensaje es el tema de Mextilo: entendamos el pasado, para crear nuevas identidades a través de la moda. :D #juntostogether



ad reinhardt / how to look at modern art.... / 1946 / periódico pm / ny / colección trendo.mx * andonella / pointy lizard / 2015

adolfo patiño / marco de referencia apócrifo / méxico neza york / 1992 / mixta varia / colección trendo.mx

ricardo seco / juntos together / colección 2017 / cortesía ricardo seco



En los años 90's estudió moda en la que en aquel entonces se llamaba Instituto Superior de Diseño y Moda Jannette Klein, y aún cuando presentó algunas pasarelas y estuvo al frente de su boutique de marcas internacionales Cybele, se fué más por el tema de los medios, el comentario y la crítica de moda. Desirée Navarro escribiendo para periódicos como Excélsior, Universal y Reforma. Pero también apareciendo en televisión para Azteca Tv, Televisa, Cosmopolitan Tv.

Bastante hay que agradecerle porque ha sido una pionera en la investigación moderna de la historia de la moda mexicana. A través de varios esfuerzos: Publica 'La historia de la moda en México' - 40 años a su máxima expresión, en el año 2004.

Sorprendentemente son dos discos compactos, narrados. Que no se acompañan por imagen alguna. En el booklet que viene con el disco hay una serie de líneas de tiempo que hablan de México y del contexto en el mundo.

332-337 / desirée navarro / el libro de la moda en méxico / 2002 / cortesía desirée navarro

EL LIBRO DE LA moda EN MEXICO

DESIREE NAVARRO

Al mismo tiempo un recuento de marcas y diseñadores, como una crónica de sociales, que narra en varias líneas desde la vida política del México de ese entonces, hasta quiénes eran las clientes de las sucesivas marcas y diseñadores. Comenzando en Chatillón y acabando en la década de los noventa.

Tan sólo 15 años después cuando los cd's del mundo cumplieron su vida útil y es verdaderamente difícil encontrar uno funcional, la obsolescencia tecnológica hace presa del proyecto.

Aún así en este compendio se profundiza en el tiempo algunas décadas más para tocar a los pioneros Valdiosera, etc. Cosa que no había sucedido en su proyecto anterior de 2002 'El libro de la moda mexicana'.

Un recuento a partir de la década del sesenta, organizado en orden alfabético y que contiene celebridades relacionadas con la moda en los ámbitos de: la fotografía, el estilismo, el maquillaje, el modelaje y por supuesto el diseño de moda.

Por la época en la que se publicó se convierte en un excelente recuento de la década anterior, con información fresca y datos biográficos en las presentaciones. En el libro destacan José Luis Abarca, diseñador de alta costura originario de Guerrero en donde nació el 21 de junio de 1955. Trabajó para certámenes de belleza y el mundo de la farándula. César Franco que había nacido en Df, el 6/10/ 1948 y que tristemente murió el 15/12/2010. Fue uno de los iniciadores de la marca Topeka, que tuvo un gran éxito en los 70's. (294) Llegó a tener 4 tiendas con su nombre, se le recuerda por haber estado al frente del Instituto Mexicano de la Moda.

Los regios Marcelo Ríos y Ramón Guerrero. Los discípulos de Manuel Méndez: Ricardo Reyes y Blanca Estela Sánchez. Reyes con estudios de moda en Jannette Klein y en Saint Martins, vendió sus colecciones en el Salón de Palacio y después se dedicó a la docencia. Blanca Estela tenía su Estudio de Alta Moda en la colonia Condesa, y realizaba desde lencería hasta trajes de noche.

María Rosario Mendoza, con la marca Takasami que se presenta como una 'Casa de moda mexicana' desde Guadalajara. Cuando hizo el vestuario de los juegos panamericanos de Guadalajara 2011, se ganó un premio Emmy a mejor vestuario de evento especial.

Esos mismos trazos de moda que recalcan lo mexicano, es el caso de lo que sucedió en las olimpiadas de Londres 2012, cuando la gente criticaba los uniformes de la selección mexicana de Armando Mafud por ser demasiado folklóricos. Pero que eran bastante más adecuados que los uniformes de Hugo Boss en nuestra delegación para la Olimpiada de Río 2016. Mafud tuvo un gran crecimiento de marca en la década de los 90's tanto en México como a nivel internacional, presentándose hasta en el Louvre, en París. Nacido en el 26/07/1947, como celebración de aniversario de 36 años de carrera, publicó el libro 'Por siempre México' plasmando su mexicanísimo estilo.

Hernández, Ernesto

Diseñador





Estudió la carrera de diseño de moda en el Instituto Superior de Diseño y Moda Jannette Klein de la Ciudad de México. Posteriormente, ejerció ahí la docencia de diversas asignaturas. Su experiencia profesional comenzó laborando para el diseñador mexicano Héctor Terrones. En 1996, incursionó en la coordinación de moda para el periódico Reforma, uno de los espacios de comunicación de mayor importancia en esa etapa. Al año siguiente, se integró al equipo de coordinación de Fashion International View, Congreso Estudiantil de Moda en el ámbito nacional. Fue a mediados del 98 cuando lanzó su primera colección dirigida al hombre urbano-cosmopolita. Con el paso del tiempo, fue expandiendo sus líneas a ropa interior, deportiva, casual y formal a través de pequeñas producciones.

La manera de trabajar de este diseñador es muy versátil, pues orienta el servicio hacia su clientela a partir de prendas confeccionadas a la medida y se complementa con una colección prêt-a-porter que a su vez se divide en una línea de básicos y en otra mucho mas alterna. Las apariciones de su firma en los medios de comunicación especializados lo posicionaron como un diseñador de corte vanguardista con un estilo que se inclina definitivamente hacia el consumidor de espíritu joven, aunque individualista en sus preferencias. Con todo, la esencia de sus creaciones sigue las tendencias globales de la moda. Es un diseñador que reconceptualiza los códigos de la vestimenta masculina. Su constantes: la innovación del uso otrora común de los textiles y materiales con los que trabaja; y el encuentro del color negro, ya sea sutil o radical, como punto de partida para la creación de una imagen completa.

En 2001, su carrera alcanzó un importante peldaño: la presentación de su colección a nivel internacional en la Vancouver International Fashion Week. Ese mismo año obtuvo la Presea Tactel ®4a Dimensión como el más reconocido diseñador revelación para caballero. Ernesto Hernández nació el 24 de octubre de 1971 en León, México. FP: FPA FT: Edgardo Contreras

El final del siglo XX tenía una estructura de la moda en la que cada diseñador organizaba sus eventos sin las plataformas actuales. Se mandaban invitaciones por correo, no existían las redes sociales. Y eso impactaba en la manera de captar la atención y la imaginación de su público.

Dos décadas después ¿cómo se puede cuantificar la existencia de diseñadores de los que no existen referencias o ellos mismos eligieron dedicarse a otras cosas? En 2017 una marca de moda como Sarah Bustani, aún cuando aparentemente no tiene la presencia de marca que tuvo en un principio tiene 50,000 seguidores en facebook, venta en línea y página web propia.

Baeza, Hazel e Izet

Diseñadoras





Hazel Baeza cursó sus estudios básicos de diseño de moda en México. Radicó en Milán cuatro años en donde realizó su maestría en diseño en Domus Academy obteniendo mención honorífica. Desde 1997 radica en Suiza en la ciudad de Zurich, lugar donde creó el Espacio Aura y desde donde proyecta y promueve la colección hacia diversas ciudades del mundo. Habla cinco idiomas. Izet Baeza estudió en la Universidad Iberoamericana en México, en Domus Academy en Milán, así como en Suiza diversos cursos referentes a la experimentación y el diseño textil. Ha trabajado en la industria nacional y extranjera (Suiza, Alemania e Italia principalmente). Desde 1998 lleva parte de la producción textil de Aura y su promoción desde México. Para Hazel e Izet, Aura es la atmósfera que circunda y proviene de una persona o cosa. Lo que portamos, cómo vivimos, cómo nos expresamos es la atmósfera que cada uno proyecta, nuestra Aura. Juntas con Aura han participado en eventos alrededor del mundo. Han exhibido en galerías (Swiss Institute Gallery, NYC, Heimatwerk), museos (Bellerive Museum, Zurich; Museo Carrillo Gil, México), exposiciones (Moda-Milano, Blickfang, Stittgart, Talent Munich, Swiss Expo 02, Biel, Festival del Centro Histórico México), exhibiciones artísticas y de diseño obteniendo diversos premios y reconocimientos tanto en su país natal como en el extranjero. Sus creaciones son exportadas con éxito a Munich, Stuttgart, París, Lyon, Provence, Milán, Bologna, Roma, Padua, Brescia, Tokio y Osaka por mencionar sólo algunos puntos.

Hazel Baeza nació el 8 de junio en la Ciudad de México (1968). Izet Baeza nació el 7 de enero de 1972 en la Ciudad de México.

FT: Eliane Ruishauser © FP IZET: José Diego Gómez FP Hazel: Oliver Walkhoff ©

Lo mismo que sucede con Wanda Amieiro y en cambio Izet y Hazel Baeza siendo una marca multicitada en aquel entonces, no tienen referencia alguna en las redes, que es el mismo caso de un importante diseñador como Gene Matouk, del que no hay memorias digitales.

En el caso de Ernesto Hernández tuvo un activo desempeño con tiendas en la Condesa, primero haciendo carrera en la moda masculina, presencia en pasarelas; y después cambió de latitud para continuar con su labor tanto en la docencia como producción y venta de colecciones; y hasta un congreso Espacio Moda 2017, todo en Cancún, por lo que revitaliza su presencia y refrenda su actividad creadora.



Bustani, Sarah

Diseñadora



Sarah Bustani es licenciada en diseño de modas. Cursó sus estudios en: Jannette Klein Fashion Design School en la Ciudad de México y en el Fashion Institute of Technology en la ciudad de Nueva York. Se inició en el campo de la confección elaborando vestuario para obras de teatro, lo cual hasta la fecha la mantiene en un constante estudio de la historia y evolución de la moda, conocimientos que le abrieron las puertas para colaborar en el diseño de vestuario de programas de televisión y telenovelas juveniles. En 1992, elaboró su primera colección independiente bajo la marca Nasty Casual Wear, la cual se vende en cadenas de boutiques en toda la República Mexicana.

En 1995 lanzó una línea juvenil moderna, elegante y con materiales de la más alta calidad, la que se distribuye en tiendas departamentales como: Liverpool, Palacio de Hierro, JC Penney, etc., consolidándose como marca y logrando gran aceptación en el mercado juvenil. A partir de este año, los desfiles en los que presenta sus colecciones, causan gran expectación dentro del medio de la moda por sus espectaculares montajes y producciones. Es considerada la diseñadora que mejor maneja las telas que contienen elastano marca Lycra, ya que aprovecha al máximo las cualidades de esta fibra. El confort, soltura y movimiento que sus prendas proyectan, las ponen a la vanguardia de la moda. Además de su línea de ropa, diseña la imagen y vestuario de diferentes actores, actrices y cantantes como: Thalía y Lucero. En 1997, se unió sentimentalmente a uno de los comediantes y actores mexicanos más importantes de la época: Eugenio Derbez, logrando una mancuerna muy solicitada por la prensa y los medios de comunicación. En mayo de 1999, lanzó su línea de bolsas en la EXPO MODAMA en Guadalajara y SAPICA, en León, Guanajuato, superando todas las expectativas de ventas. Su firma continuó cobrando fuerza a finales de los noventas y principios de los 2000 con la apertura de tiendas propias en los mejores centros comerciales del país, contando hasta la fecha con 17 boutiques. Su inagotable creatividad y talento, le abrieron campo en mercados extranjeros como: Estados Unidos y Sudamérica, donde pretende consolidar su marca y su estilo. En el 2002, es considerada la diseñadora mexicana con mayor renombre. Sarah Monter. Nació el 31 de enero de 1965. FP: Adolfo Pérez Butrón FT: Adolfo Pérez Butrón

Una moda paralela es la que trazan de Julio Chávez a Héctor Terrones, pasando por el diseñador Mitzy, la de los EXCESOS MAXIMALISTAS que atienden al mundo de la farándula y que en México era un segmento de mercado importante en el mundo en el que las grandes televisoras dominaban las industrias del entretenimiento logrando imaginarios en los que la gente acababa usando moda a partir de la estética de 'las estrellas', pero que sufrió un gran cambio cuando con el internet la manera en la que la gente se divierte y concibe la fama se transformó radicalmente, las televisoras de bajada, y youtube para arriba.



Terrones, Héctor

Diseñador



Considerado un maximalista puro, Héctor Terrones es uno de los diseñadores más controvertidos de la moda mexicana contemporánea. Las mujeres de sociedad y del espectáculo se convierten pronto en destinatarias de sus creaciones. En los 90's depuró su estilo, caracterizado por la constante mezcla de elementos barrocos, victorianos, medievales y renacentistas. Al inicio del nuevo siglo, Terrones pretende abrir el sendero de la moda mexicana hacia el resto del mundo y participa activamente en nuevos mercados como: París, Madrid, Medellín, Bogotá y Miami. Egresó del Instituto Superior de Diseño y Moda Jannette Klein, inició su carrera profesional coordinando el departamento de licencias de Halston y Guy Laroche en México; paralelamente se involucró en diversos aspectos relacionados con la moda como diseñador de accesorios, coordinador de pasarelas y catedrático de diversas asignaturas. Logró con ello una estratégica red de contactos que posteriormente aprovecharía para posicionarse como uno de los diseñadores más apabullantes de su país. Su incansable decisión por distinguirse y triunfar en el mercado poco desarrollado del México de finales de los 80's e inicios de los 90's, quedó confirmada a través de sus constantes participaciones en desfiles nacionales e internacionales, certámenes de belleza, exposiciones, programas de radio, televisión y medios escritos y lo convirtió en uno de los personajes más activos de su ámbito. En 1996, estableció el Estudio de alta moda que hoy lleva su nombre y extendió sus líneas a: novias, alta costura, calzado, prêt-a-porter y joyeria "18 kts.+Diamonds". El vestuario sensual, glamoroso y sofisticado, con la constante del uso del corset que lo caracteriza, está basado en tres principio: arte. Estilo y funcionalidad. Así determinó un modelo de femineidad hegemónico en su época. Héctor Terrones nació el 9 de noviembre de 1966 en México, D.F. FP: Adolfo Pérez Butrón FT: Sascha Bröse

Jorge García Cárdenas Mitzy provenía de una familia de campesinos muy humildes de Michoacán que llegó a CDMX y de manera fortuita comenzó a hacer vestidos para un amigo suyo que se convertiría en un travesti famoso 'Francis' y de ahí, hizo los conectes necesarios para establecer su marca, con hitos como el vestido de novia de Thalía, o el vestuario de Verónica Castro. Con sucursales en Zona Rosa y en Beverly Hills, cabría pensar si el adjetivo moda en México no estará más en sintonía de sus creaciones que de los imaginarios de vanguardia para el gran público en nuestro país.

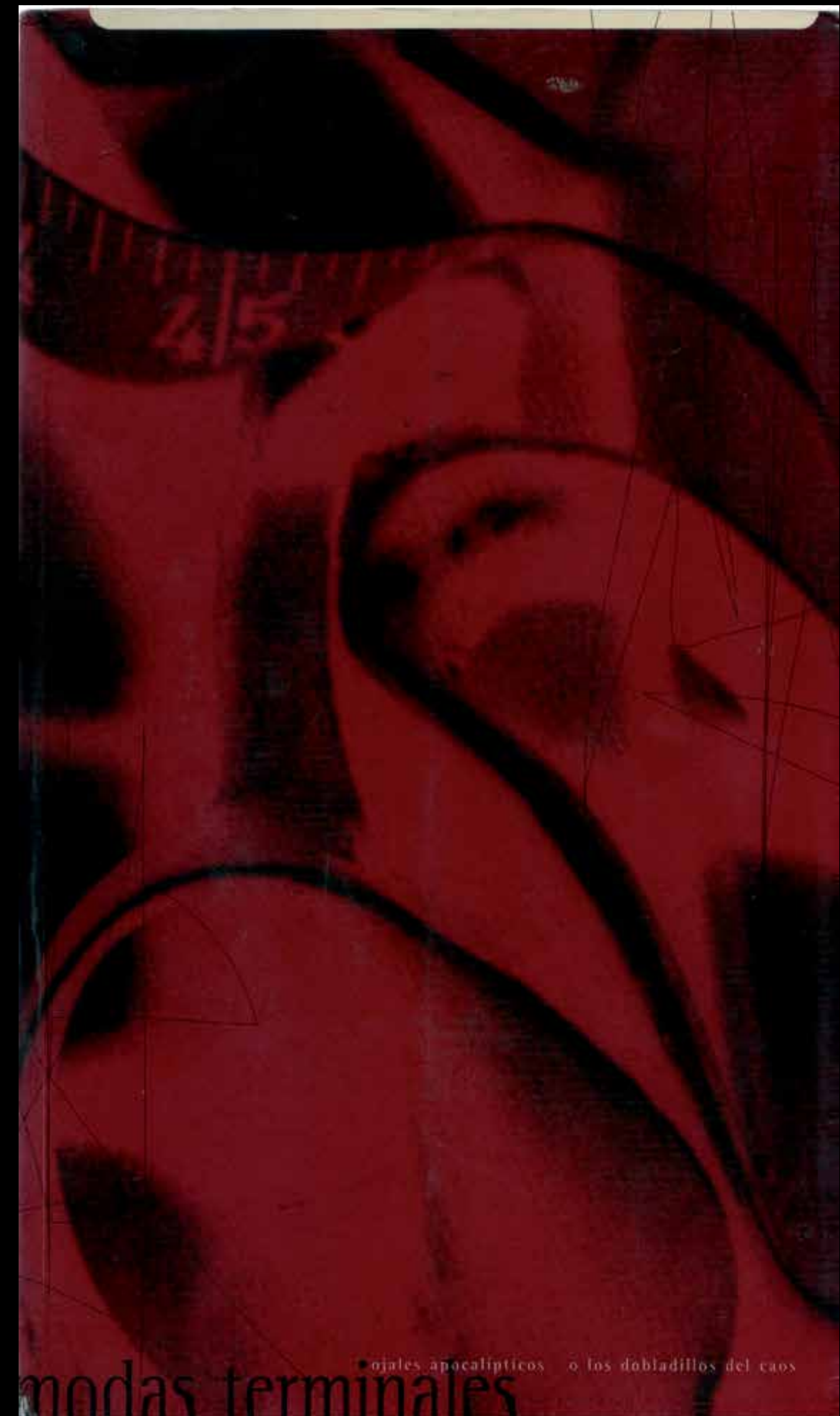
En una época donde las telenovelas capturan la imaginación del público -Alcanzar una estrella, María Mercedes, El premio mayor-, un tiempo donde en la música, abismos estéticos como Ov7, Kabah, Anahí y Fey suenan con ritmos predecibles, el mainstream se apoderaba de la imaginación popular.
En contrapartida cuando la vida nocturna pasó del antro establecido a los raves en casas y terrenos, la moda buscó formas en las que a través del performance, había un intento de crear imaginarios de moda alternativos.

Martín Rentería (20/12/65) es un diseñador que en esa época conjuntó la idea del arte acción con la moda, presentándose en foros artísticos como el 1er Festival Mes del Performance en el Museo del Chopo, organizado por Prado en 1992. Con el mismo interés Cristina Faesler que había fundado en 1992 Control Bureau, una agencia que hacía proyectos artísticos y culturales, organizó en 1997 el evento Modas Terminales, ojales apocalípticos o los dobladillos del caos. Y en 1998 Modas de Juguete ... de hilvanado nacional y corte universal... o lo que es lo mismo... tengo una muñeca vestida de azul. Eventos que bajo una convocatoria buscaban la creación sobre el cuerpo de prendas experimentales, que se presentaron el primero en el Cine Metropolitan y el segundo en el Claustro de Sor Juana. Faesler en algún momento había estudiado Alta Costura en la Chambre Syndicale de la Haute Couture en París.

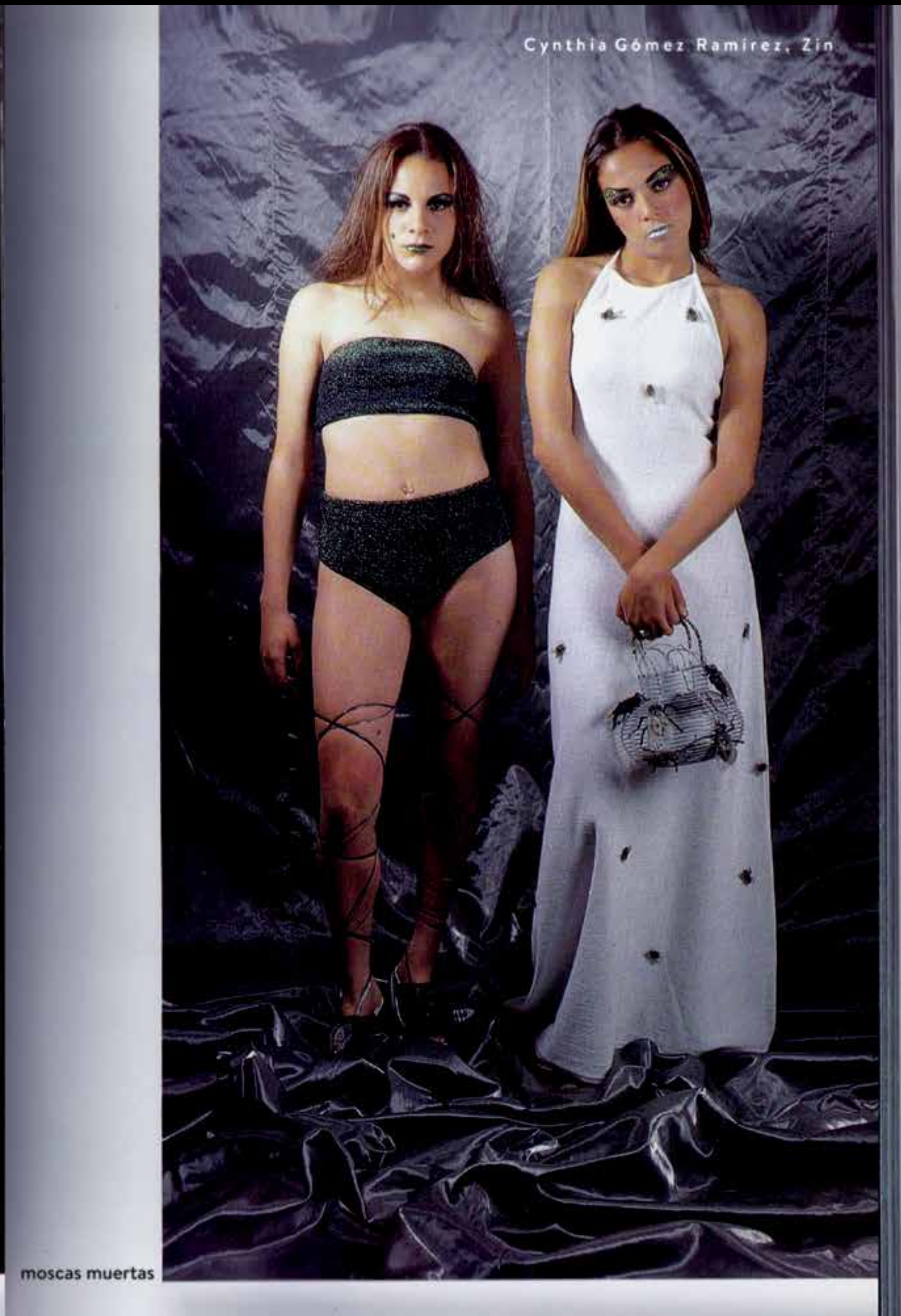
Tanto artistas visuales, teatreros y escritores, desde Maris Bustamante a Leonora Carrington y el propio Martín Rentería se mezclaban con los que serían diseñadores de moda conocidos como Julia y Renata Franco o Cynthia Gómez, en un jurado de personalidades de la cultura en el que también participó Anna Fusoni.

El curador Pancho López tuvo una propuesta similar de 2002 a 2013, primero en el Museo del Chopo con un encuentro de moda alternativa llamado modales 'pasarela de atuendos hechos con materiales inusuales como semillas, alambre, cintas de video, dulces, cables eléctricos y papel, entre otros, en donde el arte se incorpora al mundo de la moda'. Y después en el Teatro de la Ciudad enfatizando lo artístico, con .modales; llevándolo al 2015 a lo académico con un diplomado en San Carlos/UNAM. Lo que no deja de ser interesante pues la UNAM no tiene en su curricula estudios en moda aunque muchas veces coquetea con el asunto.

Cabe resaltar las tres ediciones que se han organizado en la misma Academia de San Carlos por parte de las maestras Claudia Cano Mariaud y Alma Martínez desde 2014 y que han llevado al recinto universitario una discusión académica acerca de la moda, en una colaboración de la FAD -facultad de artes y diseños- con otras instancias como la universidad iberoamericana y editores, diseñadores, fotógrafos, etc.







339-341 / cristina faesler / control bureau / modas terminales, ojales apocalípticos / 1997 / cortesía cristina faesler / colección trendo.mx

boutique

del 13/12/2000 al 18/03/2001 el Museo de Arte Carrillo Gil al sur de la ciudad de México, presentó la exposición 'boutique', primera muestra con el tema de la moda que se presentó en nuestro país con una curaduría de Ana Elena Mallet. Necia, insistió y pudo producir el catálogo aunque éste se presentó dos años después de concluida la muestra.

En ese entonces el director del museo Oswaldo Sánchez se dió a la tarea de acoger en el museo manifestaciones que tradicionalmente no se habían incluido dentro del terreno de lo artístico. 'Esta muestra buscó brindarle un enfoque teórico a la creación de moda, presentando un panorama general de lo realizado en la década de los noventas por creadores mexicanos que han trabajado lo mismo en México que en el extranjero y que, a través de sus prendas, han logrado ofrecer a sus consumidores una herramienta de identidad, un estilo de vida particular y sobre todo glamour y entretenimiento'.

Para ello se conjuntaron 9 marcas, que eran en realidad 11 diseñadores porque Alessandro Alviani y León Felipe Romero iban en dueto, igual que Julia y Renato Franco e Izet y Hazel Baeza.

Todos mexicanos nacidos entre 1964 y 1972 -por lo que en ese entonces rondaban los 30 años-. De los demás Macario Jiménez, Néstor Osuna, Cynthia Gómez, Mauricio Olvera, el colectivo Zaino así como Héctor Mijangos, completaban el retrato de generación. En el propio catálogo se declara que dos años después 'casi 3/4 partes de los participantes en la muestra dejaron de hacer diseño de moda y se dedicaron a cosas completamente distintas: organizar eventos corporativos, administrar sus marcas, diseñar accesorios y mobiliario'.

Por esas fechas, 2002, se funda la Cooperativa 244 en una naciente Condesa, en la calle de Ámsterdam: '12 diseñadoras -María Rosa Manzini, Adriana Olivera -la Pájara- que venía del mundo del teatro, Fiorenza Cordero cuyos accesorios son unas obras de arte, Tamara Cruz, Ximena Fernández, Rowena Morales que se especializó en joyería en Inglaterra, Claudia Suinaga diseñadora gráfica y aprendió joyería en Florencia, Sofía Massün quien estudió diseño de moda en Barcelona, Malena de la Riva una de las vestuaristas para cine y comerciales más buscadas del mercado, Genoveva Álvarez hija de Manuel Álvarez Bravo que teje a mano cada una de sus piezas y... Carla Fernández, historiadora del arte y luchadora social, que trabaja con comunidades indígenas y crea sincretismo entre lo étnico y lo moderno. A unas les gusta la seda a otras el poliéster; unas trabajan plata; otras prefieren el plástico... El punto es que en la diversidad está el gusto'. De las que una vez más un gran porcentaje no continuarán con actividades de moda y de las que la de mayor calado es Carla.

En ese entonces la plataforma de finales del siglo XX era 'Días de moda', que se convirtió en 'Fashion Week' para luego fusionarse o competir con Dfashion, IDM y al final acabó como lo entendemos hoy en 'Mercedes Benz Fashion Week' que recién cumplió 10 años en el 2016. (421)

Como colofón, en el libro, hicieron el pronóstico que el siguiente siglo, con el fenómeno de la globalización 'no sería raro que dentro de pocos años México pudiera llegar a tener un papel destacado en la creación de moda mundial'. En el tenor en el que Colombia y Brasil ya habían dado pasos para lograr la internacionalización. A 17 años de empezado el siglo XXI, esta buena voluntad aún sigue en proceso de construcción. :S :O #averpacuando





macario

y la conversión de la imagen

No perder de vista la forma y resaltar la silueta de todo, parece ser una excelente estrategia. Para Macario Jiménez, diseñador mexicano de 33 años, es la fórmula que da vida a su propuesta, esa que no quita el ojo de la imagen, que no olvida los principios básicos de la moda: hacer que la percha luzca.

Desde su inicio, Macario ha mostrado una generosa habilidad en el manejo de las telas, buscando siempre la creación de texturas que, sin importar el tipo, logren crear brillos, satines y un juego perfecto de colores.

La mezcla de estos ingredientes, siempre renovada e insinuante, hace que cada colección adquiera un aire sensual, muy femenino.

Luego su trazo inmaculado y sencillo, a la vez que sofisticado, hace que el vestido se acomode, gentil y afable, al cuerpo. Y es que cuando la prenda es sublime, capaz de transformar la silueta (mejorándola), se habla de la moda como premisa del vestir, o la meta que el diseñador siempre ha tenido en mente: hacer de sus piezas un obligado en todo guardarropa.

Pero lo singular de Macario es la manera en la que le vienen las ideas para crear algo nuevo y transformarlo en ropa. ¿Inspiración?

El diseñador ubica todo aquello que le provoca un sentimiento a través de la visión... que más allá de lo relacionado con la moda, se ubica en la vida diaria, sobre todo en el movimiento de la ciudad, con todo y sus apuros sociales. En este momento las ideas se convierten en imágenes, éstas adquieren la forma de una prenda y el resto es historia.
Con su estilo, delicado y minimal, Macario Jiménez es de los pocos mexicanos que ha cruzado la frontera con éxito: ha compartido pasarela con Carolina Herrera y recientemente participó en la semana de la moda en Belgrado, Yugoslavia. El diseñador tapatío realizó sus estudios de moda en el Instituto Marangoni, en Italia.

Danae Salazar

1 Fotografía: Ricardo Trabulsi **2** Fotografía: Javier Hinojosa



343-347 / ana elena mallet / boutique recuento de una exposición / 2002 / cortesía ana elena mallet / colección trendo.mx





hilos mágicos

cynthia gómez
para zin

Desde tiempo inmemorial el tejido de punto ha estado presente en la historia de la moda. Y es que hay algo mágico, artesanal y cercano en todas las prendas tejidas, acolchadas, como de bebé, que con maestría salen de las manos de artesanos de la antigüedad e incluso de las grandes fábricas del presente. Hay algo de suave, etéreo y hermoso en la creación, concepción y desarrollo de cualquier prenda realizada con este método. El punto siempre a punto.

En México, la tradición de los telares prehispánicos y coloniales representa una colorida costumbre, un oficio milenario que comprende diseño y sudor, angustia y dolor; que vive aún en rayados rebozos, en faldas coloridas y en hermosas blusas, y que todavía se encuentra en plácidos pueblos de la provincia mexicana o en las migraciones a la gran capital.

De esta manera, el punto se ha expandido y resulta común en México desde hace varias décadas. Baste recordar los chalecos tejidos de Don Regino de *La Familia Burrón* o las diversas prendas, como chalecos, utilizados por los Hermanos Soler en sus diferentes e ingenuas películas. Y ¿qué me dicen de Pedro Infante en *Pepe el Toro*? En los años setenta, el uso del punto se extiende y llega al grueso de la población.

¿Quién no ha visto un suéter verde en V que remonta a los días escolares, a sonrisas, a infancias mexicanas? ¿Quién no recuerda los suéteres abiertos del abuelo? ¿Quién no ha tenido un suéter con cuello de tortuga y a veces adornado con un signo de amor y paz? Y sin embargo, en la década de los noventa, incluso cuando se contaba

1, 2 Fotografía: Javier Hinojosa

boutique recuento de una exposición / este texto fernando toledo / 2002 / cortesía ana elena mallet / colección trendo.mx

cronología de museos y la moda en México

1946.	Ramón Valdiosera.	Museo de la Moda Mexicana
1977.	Claustro de Sor Juana	Museo de la Indumentaria Luis Márquez Romay
1977.	Museo Universitario CyA	Si los artistas nos vistieran
1992.	Casona II	La historia del vestido de los años 20 a los 50
1992.	Galería Florencia Riestra	Corte y confección, biombos y modas
1993.	Museo de la Estampa	Exposición Pierre Cardin
1995.	Centro Arte Contemporáneo	Thierry Mugler / fotografía
1998.	Museo de la ciudad de Mx	Intimidad, moda y diseño. México entrañable
2000.	Museo Carrillo Gil	Boutique AEM
2002.	Exarzobispado	Satellites of fashion: diseño británico contemporáneo
2003.	Museo Soumaya	Pudor y Liviandad, tres siglos de moda en México.
2005.	Fotoseptiembre / trama y estilo	Exactitudes Ari Versluis & Ellie Uyttenbroek MM
	Centro de la imagen GP	Happy victims Kyoichi Suzuki MM
		Góticos Michel Mallard MM
		Solve Sundsbo MM
		Una vida con estilo / Tufic Yazbek
		Mextilo AEM GP
2006.	Palacio de Bellas Artes	Sueños que caminan / Salvatore Ferragamo
2007.	Biblioteca Vasconcelos	Destituyen al director por permitir un shooting para Palacio
2008.	Museo Franz Mayer	Marimekko. Textil, moda, interiores. Finlandia
2009.	Museo Franz Mayer	Zandra Rhodes. Pasión por la moda
2009.	Casa del lago	Rosa Mexicano, Moda e identidad AEM
2009.	Fundación Sebastián	Colectiva de foto de moda 9 fotógrafos
2009.	Galería Jesús Gallardo, León	México de autor. Josefa & Colección Mapelli
2010.	Exconvento de la Merced	Museo de la indumentaria y la moda (fallido)
2012.	Exarzobispado	Andy Warhol /Harper's Bazaar years
2013.	Museo Modo	Roma condesa III años de historia / palacio de hierro AEM
2013.	Museo Franz Mayer	60 Anni di Made In Italy. Moda y Diseño
2013.	Museo Frida Kahlo	Las experiencias engañan/ los vestidos de Frida
2013.	Palacio de Hierro	125 años de estilo AEM
2014.	Casa Pineda Covalin. Qro.	Pineda Covalín
2014.	Museo Franz Mayer	Asvoff México
2015.	CCultural de España	Agatha Ruiz de la Prada
2015.	Marco Monterrey	Coming into fashion. Un siglo de foto en Condé Nast
2015.	Proyecto Arrebato	Origen. fotografía de moda
2015.	Museo Franz Mayer	El Rebozo Made in Mexico
2015.	Museo Castillo de Chapultepec	Hilos de historia
2016.	Foto Museo 4 Caminos	POSE Fotografía de Moda México Hoy GP
2016.	Hospicio Cabañas / Gdl	Haunted Magazine / el libro de las modelos
2016.	Proyecto Arrebato	Vestido en México
2016.	Museo Jumex	La diseñadora descalza, un manual../ Carla Fernández
2016.	Palacio de Iturbide	El arte de la indumentaria y la moda en México 1940-2015 AEM
2016.	Museo Franz Mayer	Beatriz Russek. Trama moda mexicana contemporánea
2016.	Museo de Arte Moderno	Cristóbal Balenciaga
2017.	Terreno Baldío	Trista: una década contando historias AEM

AEM Ana Elena Mallet   MM Michel Mallard   GP Gustavo Prado











ana elena mallet / rosa mexicano, moda e identidad, la mirada de dos generaciones / casa del lago / 2009

SIGLO XXI

andonella / ex-voto a los que murieron de la moda / 2016



Por lo pronto comenzando con el siglo, la revista Harper's Bazaar México llegaba a la verdadera mayoría de edad y para celebrar sus 21, lanzaron un número especial para analizar qué era la Moda en México.

En España Francisco Franco fue el dictador de 1936 hasta su muerte en 1975. Una vez desaparecido, la sociedad española tuvo un destape que se conoció como 'La movida' y que fue fundamental para romper con los esquemas y tabúes obsoletos de la sociedad del pasado.

En México, el año 2000 comenzó con promesas increíbles. Por fin después de 75 años se acababa el gobierno del PRI, y el país entero esperaba una transición pacífica hacia un mundo totalmente diferente.

Paradójicamente la gran mayoría de la población siguió vestida en ropas y mentes de la misma conservadora manera. Y se perdió la oportunidad de tener un movimiento de ebullición como el español de los ochenta, pero en el México del nuevo siglo.

Hubo un chispazo, un par de años después por parte de un grupo de jóvenes conocidos como 'las modernas' en el habla coloquial, que por poco lo logran, pero al parecer no encontraron un medio propicio para un experimento social de esta envergadura.

Era octubre del año 2000. En Mextilo la película (Prado, 2014) Ana Elena Mallet menciona que habló con la revista y que sabiendo que al mismo tiempo ella preparaba la exposición 'Boutique' de plano le dijeron que 'no había moda mexicana, que habían tenido que hacer la nota, pero que no había producción y que había sido problemático al decir lo menos el poder armar el grupo'.

Al ver la foto de generación cabe preguntarse si en mayor medida no es un resumen del siglo XX más que un presagio del futuro que estaba por venir, pues casi 20 años después como ya se hizo costumbre la gran mayoría cambio de giro, o inclusive falleció como en el caso de Manuel Méndez y Gerardo Dragonetti.

Aún así creadores como Cynthia Gómez (346, 347) y Macario Jiménez (344, 345) repiten en la cuenta hecha en 'Boutique'. Posteriormente ella tendrá un buen desempeño en la academia, la docencia y la producción. Y el, en la creación de sus colecciones y propuestas. En el caso de Mijangos su espacio de creación se fue hacia lo digital con una iniciativa musical: Noiselab.

El caso de Víctor Alfaro que era la promesa fulgurante de aquellos años es sintomático. Nacido en Chihuahua, se fue a los Estados Unidos para aprender inglés y acabó estudiando en el FIT de Nueva York. Para mediados de los noventa, la prensa especializada del nivel de la revista W, lo celebraban como el más interesante de una generación que incluía a Isaac Mizrahi y Marc Jacobs. Sus éxitos le hicieron ganar el premio Perry Ellis al mejor talento emergente en 1994. Con tanto ímpetu que Gilmar, una marca italiana se asoció con el, en una relación desafortunada de negocios que lo mandó a un relativo retiro hasta que pudo comprar de vuelta su nombre y marca, presentando desfile en 2014, después de una década alejado de las pasarelas.
Las prendas en 2017 se ven sofisticadas, fruto de un complejo proceso de diseño, y en la curva de adaptación después del hiatus sorprende que tiene gran vitalidad en las redes, con un instagram de nutridos decenas de miles de seguidores. Así que después de todo, Alfaro es una marca en ascenso y construcción...

MODA EN MEXICO



Es todo un universo, con logros, carencias, una buena dosis de **chisme** y mucho talento. En él confluyen creadores, cronistas, fotógrafos, **modelos**... Cada quien juega su rol y aporta una visión propia. A continuación te presentamos una instantánea que pretende retratar lo que sucede —en este momento en el que el país vive una auténtica **ebullición** social, cultural y política— en la moda mexicana. Éste es sólo un primer acercamiento. Faltan muchos **nombres**, muchos lugares —¡y muchas páginas!—. Nuestra intención es abrir una puerta desde la que puedas ver por dentro ese mundo **fascinante** y complejo. La historia sigue escribiéndose, y el próximo año verás aquí nuevas caras y nuevos **talentos**. **FOTO: EDGARDO CONTRERAS**



16 DISEÑADORES MEXICANOS

1 Sarah Bustani. 2 Héctor Mijangos. 3 Keko Demichelis. 4 Manuel Méndez. 5 Malena de la Riva. 6 Macarena Gutiérrez. 7 Gerardo Dragonetti. 8 Macario Jiménez. 9 Blanca Estela Sánchez. 10 Cynthia Gómez. 11 Héctor Terrones. 12 Julia Franco. 13 Renata Franco. 14 Mariana Luna. 15 Néstor Osuna. 16 Mauricio Olvera.

PEINADO: ADRIÁN CASTILLO; MAQUILLAJE: DANIEL LEZAMA



¡Los reunimos!

Estos son quince de los diseñadores de México que debes conocer. Desde los veteranos hasta los más jóvenes... Muchos son tímidos, otros tienen un ritmo de trabajo que no es de este mundo, así que ponerlos a posar fue toda una odisea. ¡Pero valió la pena!

Manuel Méndez

Es nada menos que el decano de la moda en México. Nació en el Distrito Federal el 12 de septiembre de 1930 y sigue tan activo como siempre. "Cuando yo comencé, en México no existía una sola escuela de diseño de modas, así que estudié contabilidad. No me avergüenza decir que aprendí a diseñar copiando los modelos de las revistas... Así estuve durante siete años, aprendiendo por mi cuenta, hasta que en 1968 me sentí preparado para lanzar mi primera colección".

Diseñador favorito: "En estos momentos, quien más me gusta es Pierre Cardin, pues es muy innovador y tiene un estilo propio con el que me identifico".

Fuentes de inspiración: "Me inspiro en las tendencias mismas, y en mi clientela".

Algo muy íntimo: "Una vez alguien me dijo que yo tenía un ángel. Yo siempre me levanto a las siete de la mañana porque *algo* entra en mi casa... ¿será mi ángel?"

Dónde vende: en El Palacio de Hierro.

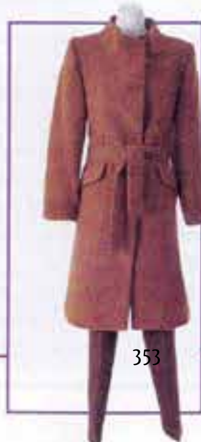


FOTO ALFARO: PHILIPPE LAWRENCE MEDELL; PRODUCTO: LUIS NAPOLEÓN C. HABEICA

VÍCTOR ALFARO

Es el diseñador mexicano que más alto cotiza en las grandes ligas de la moda. Por eso ocupa un lugar especial en esta entrega.

Víctor Alfaro y algunas modelos en *Fashionably Loud* de MTV.

Nació en 1965, en México, pero vive desde 1981 en Nueva York. Se graduó del Fashion Institute of Technology. Fue asistente de Mary Ann Restivo y Joseph Abboud, hasta que a principios de los noventa se estableció —¡más que exitosamente!— por su cuenta. Él también copropietario de Cafeteria, un lugar de moda en Chelsea, cuenta con una línea accesible, VIC, y sigue siendo uno de los mejores amigos de las top Amber Valletta y Shalom Harlow.

- **Sus comienzos:** sus primeras colecciones recibieron excelentes comentarios de críticos como Ricky Lee, Woody Hochswender y Amy Spindler (de *The New York Times*). Bridget Foley (de la revista *W*) sugirió que podría ser el heredero de Óscar de la Renta y Bill Blass. En 1995 obtuvo el premio al Mejor Talento Nuevo del Council of Fashion Designers of America.
- **Su estilo:** de una provocativa simplicidad, con deslumbrantes vestidos de noche y de coctel, perfectos para las neoyorquinas más chic. Se distingue por el equilibrio de cortes, texturas y colores, por su perfecta hechura y sus detalles tan sensuales como sofisticados: piel, transparencias, escotes.
- **Su inspiración:** el cuerpo femenino, que exalta con sus diseños.
- **Diseña para:** una mujer sensible, sin una edad específica, pero que aprecia el lujo y la calidad, y tiene una mentalidad decididamente moderna.

harper's bazaar méxico / octubre 2ooo / cortesía de harper's bazaar méxico

BAZAAR DISEÑADORES



Sarah Bustani

Nació en la ciudad de México el 31 de enero de algún año que por algún motivo no quiere revelar. Estudió administración de empresas turísticas, y después diseño de modas en Jannette Klein, y líneas de producción en el Fashion Institute of Technology de Nueva York. "Cuando iba a comprar ropa no encontraba nada, aquí todo llegaba un año después. Empecé a diseñar con el objetivo de llenar ese espacio". Comenzó a trabajar en moda en 1992, y lanzó su primera colección firmada con su nombre en el 95.

Diseñador favorito: "Me encanta Galliano".
Fuentes de inspiración: "Las necesidades de la mujer actual".
Algo muy íntimo: "Si no estoy enamorada no puedo diseñar".
Dónde vende: en Liverpool y en las veinte tiendas que llevan su nombre en todo el país.

Keko Demichelis

Nacido en la ciudad de México el 3 de octubre de 1961, Keko estudió arquitectura, pero prácticamente creció dentro de una fábrica, pues su padre tenía una industria de textiles y confección. Cuando falleció su padre, Keko apenas rebasaba los 20 años, pero tuvo que quedarse al frente de la empresa. De ahí nació su interés por el diseño. Su primera colección fue lanzada en 1985, y entonces El Palacio de Hierro comenzó a vender su ropa en exclusiva.

Diseñador favorito: "Depende de los distintos momentos".
Fuentes de inspiración: "La inspiración puede llegar en cualquier momento, el problema es tener los ojos bien abiertos para encontrarla".
Algo muy íntimo: "Creo que he sido muy honesto con mi trabajo, y esa honestidad me ha traído algunas veces problemas con ciertos almacenes".
Dónde vende: en su taller, por medio de citas, al 5531-3781; en Playa del Carmen y en Cabo San Lucas.



Cynthia Gómez/Zin

Nació en la ciudad de México el 21 de noviembre de 1973 y estudió diseño de modas en el Instituto Superior de Diseño Jácome, de Satélite; luego la licenciatura en diseño textil de la Universidad Iberoamericana, un diplomado en administración y mercadotecnia en el Instituto Tecnológico de Monterrey y después tomó cursos de especialización en la St. Martin's School of Fashion de Londres. Debutó con Zin a principios de 1997.

Diseñador favorito: "Thierry Mugler, un genio ante quien te quitas el sombrero".
Fuentes de inspiración: "Depende de la colección, pero nunca pierdo de vista a mi consumidor".
Algo muy íntimo: "Me encanta la poesía, en especial el chileno Vicente Huidobro, y el arte en todas sus expresiones".
Dónde vende: en Liverpool y Sears; y pronto en Canadá. También al teléfono 5357-0415 o en www.zin.com.mx



Malena de la Riva/No. 71

Nació en Argentina el 12 de julio de 1971 pero siendo niña fue con su familia a radicar a México. Estudió diseño gráfico en el Instituto Nacional de Bellas Artes y después diseño de modas en Jannette Klein. Siempre quiso tener su propia línea de ropa, así que durante seis años se dedicó al diseño de vestuario para cine y televisión. Con sus ahorros pudo lanzar su línea, No. 71, que nació en febrero de este año.

Diseñador favorito: "Issey Miyake; más que un diseñador, un artista. Sus prendas son piezas arquitectónicas, con estructura, textura, color y cultura. Es muy interesante".
Fuentes de inspiración: "En esta última colección me inspiré en lo gráfico y geométrico".
Algo muy íntimo: "La música es el motor de mi vida".
Dónde vende: en su showroom (Nuevo León 148-7, Condesa. Tel. 5211-8805).



Héctor Mijangos/WWT

Nació en la ciudad de México el 20 de junio de 1962 y estudió sistemas e informática en la Universidad Iberoamericana. Empezó a hacer sus propias prendas porque no había ropa que le gustara. En 1988 nació la marca Paralelo Catorce. A principios de los noventa creó la línea Revolución 1910, que se vendió en Europa, Asia y Estados Unidos. Hace unos tres años nació WWT, "un concepto que aplica la tecnología a la ropa con nuevos cortes y materiales, partes desarmables y un empaque diferente".

Diseñador favorito: "François Girbaud, el más revolucionario del mundo".
Fuentes de inspiración: "Todo lo que he vivido, la música, el cine..."
Algo muy íntimo: "Tenemos una disquera de música electrónica mexicana que se llama Noise Lab, somos managers de casi todos los DJ's de México. También una compañía de Internet, llamada Sintética, donde hacemos, por ejemplo, páginas web".
Dónde vende: en todas las tiendas departamentales del país y próximamente en Japón, Estados Unidos y Canadá. También está a punto de abrir cuatro tiendas WWT en México, Guadalajara, Monterrey y Puebla.



Macarena Gutiérrez

Después de posar para la foto con los diseñadores, Macarena voló a España. Como te imaginarás, nuestros intentos para hacerle esta entrevista resultaron fallidos. Pero Macarena es una diseñadora que no necesita de muchas presentaciones, pues sus trajes de baño hablan por sí solos. Prueba de ello es que los puedes encontrar en cualquiera de las sucursales de Victoria's Secret, con quien tiene un contrato. A sus 43 años, Macarena sigue con el ojo bien puesto en la vanguardia. Además de ejercer como diseñadora casi por dos décadas, esta española, nacida en Linares en 1956 y radicada en México desde hace más de diez años, es publirrelacionista y sabe pilotar un avión. (¡Leíste bien!) De su extenso currículum sobresale un título de piloto privado y comercial obtenido en Londres. Por si fuera poco, en sus ratos libres juega a la raqueta, colecciona antigüedades y dedica horas a apreciar el arte en todas sus modalidades. Ahora entendemos por qué no la encontramos por ningún lado... (Taller: Venustiano Carranza 28, Centro.)



Blanca Estela Sánchez

Nació el 8 de agosto de 1968 y estudió diseño de modas en Jannette Klein. Tiene una especialidad en análisis de tendencias y producción en Los Ángeles. Presentó su desfile de lanzamiento en 1998, aunque diseñaba desde seis años antes para Enrique Martínez de El palacio de Hierro y para Héctor Terrones.

Diseñador favorito: "Valentino, Christian Dior y Balenciaga".
Fuentes de inspiración: "Para mi colección más reciente me inspiré en lo que te pondrías para recorrer las ciudades más importantes del continente africano".
Algo muy íntimo: "Me gusta estar sola, disfruto el estar conmigo misma".
Dónde vende: de momento sólo vende sobre pedido al 5574-2939, pero pronto encontrarás su ropa en Frattina.

Gerardo Dragonetti

Es un capricornio del 19 de enero del 66, y nació en Argentina. Estudió escenografía y, dentro de la carrera, la materia de vestuario: "Ahí descubrí que lo que me gustaba era el diseño de modas". En 1990 presentó su primera colección prêt-à-porter y en 1992 la primera de alta costura. Llegó a México en 1998, de paseo... y aquí se quedó: "En Argentina está mi familia, pero aquí tengo otra, que es la que uno elige, así que estoy feliz". En mayo de 1999 abrió su boutique.

Diseñador favorito: "Mi favorito en todos los sentidos es Armani. Sobrio y modesto, es una persona y un diseñador que siempre impone".
Fuentes de inspiración: "Un poema de Borges, un tango o una ópera... Todo el tiempo algo diferente. La nueva colección, que es ochentera, viene de mis recuerdos de esa época, de cómo viví el amor y a la mujer; la anterior estuvo inspirada en África..."
Algo muy íntimo: "Cuando llegué a México no sabía si instalarme o no. Tenía muchos miedos, había que hacer una inversión, abrir una empresa... Una noche, con el grupo con el que me reunía para orar y meditar, decidí dejar todo en manos de Dios y olvidarme del tema. Pensé que si él así lo quería, todo saldría bien. Y él quiso. Por eso digo que él es mi manager, mi representante, porque hizo que todo se diera".
Dónde vende: en su tienda, ubicada en Parral #26, Condesa. Tel. 5211-7300.

Héctor Terrones

Preferiría decir su peso que su edad... pero confiesa haber nacido en la ciudad de México en 1966. Estudió con Jannette Klein y una especialidad en corsetería victoriana en el Fashion Institute of Design and Merchandising de Los Ángeles. Diseña desde hace trece años. Manejó la licencia de niñas de Guy Laroche y se dedicó durante muchos años a hacer vestidos de novia. Se dio a conocer cuando Fernando Toledo le pidió un vestido para un especial de novias de vanguardia: "Lo hice con copas de plata de metal victorianas y salió retratado en todos lados. ¡Lo peor de todo es que hasta se vendió!"

Diseñador favorito: "Thierry Mugler, por vanguardista, futurista, ergonómico y arquitectónico".
Fuentes de inspiración: "Mis vivencias y la información que voy adquiriendo".
Algo muy íntimo: "Que si no tengo una vida sexual, yo no funciono".
Dónde vende: en su showroom (Popocatépetl 11, Condesa. Tel. 5207-1177), y en su tienda de Hermosillo.





FOTOS: LUIS NAPOLEÓN C. HABEICA (5)

Macario Jiménez

Macario nació en Guadalajara el 8 de noviembre de 1977 y estudió en el Instituto Marangoni, una de las mejores escuelas de Europa. "La moda es lo único que concibo que puedo hacer. Durante toda mi vida he sido un enamorado de las fibras y la ropa". Debutó con un desfile en el bar La Tirana el 5 de octubre de 1994, con una colección hecha con fibras, y hoy se caracteriza por prendas que, aunque diferentes, buscan ser prácticas y hacer que quien las porte se vea bien.

Diseñador favorito: "Cada año me encanta uno diferente. Cuando empecé me gustaba mucho Armani, pero ahora prefiero a Donatella Versace".
Fuentes de inspiración: "Me inspiro en todo lo que pasa a mi alrededor. En la televisión, en Internet.. Todo lo que vivo cada día me da ideas nuevas".
Algo muy íntimo: "Que la moda es una pasión para mí, algo con lo que me despierto y me acuesto todos los días".
Dónde vende: en El Palacio de Hierro y en su showroom (Hegel 232-101, Polanco. Tel. 5531-5258).

REPORTE



Néstor Osuna

Néstor nació el 8 de mayo de 1967 en el estado de Sinaloa. Estudió diseño industrial durante cinco años y luego se fue a Italia a estudiar diseño de modas en el Instituto Marangoni. Se quedó a trabajar allá, entre otros, con Alessandro Dell'Acqua. "Fui a un desfile suyo, me encantó su ropa, le mandé mi currículum por fax... y luego me llamaron. ¡Sencillo!" Su primera colección la lanzó en México en 1998.

Diseñador favorito: "Martin Margiela, porque es vanguardista, *trash*, elegante, estupendo... Es más, quiero trabajar con él, ¡denme su dirección!"

Fuentes de inspiración: "Me inspiro en mí mismo. No me gusta copiarle a nadie. Simplemente busco hacer sentir sexy a la mujer, que se sienta diferente al ponerse una prenda mía".

Algo muy íntimo: "No soporto vivir en la ciudad, me gusta más la naturaleza".

Dónde vende: en la tienda Hábito (Presidente Mazaryk 360 local 9. Pasaje Polanco).

Mariana Luna

Nació en la ciudad de México el 4 de diciembre de1969. Estudió diseño de modas en el Fashion Institute of Techonology de Nueva York y en el Instituto Marangoni, en Milán. Allá se quedó trabajando en Trussardi y luego regresó a México. Aquí se puso a trabajar para Marithe & Francois Girbaud y después para las tiendas Julio... hasta que decidió crear una línea propia. Comenzó a vender sus diseños en su taller desde 1994, y su primer desfile se llevó a cabo en 1996.



Diseñador favorito: "Armani. Me gusta mucho lo que hace, sus cosas sencillas y clásicas, sus telas, sus cortes. Es un diseñador siempre a la vanguardia".

Fuentes de inspiración: "Me inspiro en todo. Los diseñadores necesitamos estar abiertos, ver qué está pasando en el mundo, saber de música, tomarle la presión a la sociedad, saber qué está buscando la gente, además de estar bien informados sobre las tendencias internacionales".

Algo muy íntimo: "Luna no es mi apellido, sino mi apodo. Me pusieron así por lunática, porque siempre estoy en otra dimensión y me cuesta muchísimo trabajo aterrizar".

Dónde vende: en Frattina, El Palacio de Hierro, Hábito y en su showroom (Newton 257-10, Polanco. Tel. 5531-0941).



Mauricio Olvera/Grypho

Nació en Cuernavaca, Morelos, el 24 de julio de 1967 y estudió administración de empresas en la Universidad Iberoamericana. Desde niño le interesó la moda (su hermana y su madre son dueñas de la tienda Facciata). "Soy de esos casos raros de niño *fashion victim*". Comenzó haciendo marroquinería mientras vivía en el Estado de México con una comunidad indígena mazahua, con la que puso una empresa dentro del programa Solidaridad, hace unos ocho años. Luego puso una tienda en Polanco con esos mismos productos, hace seis años. En ese momento trajo su taller a México y empezó a hacer chaquetas. Obtuvo la licencia de Boy London y fabricó para Domit, Pepe Jeans, Guess y otras marcas. Hace cuatro años decidió hacer una línea propia que respondiera a las necesidades del mercado juvenil, y que funcionara en todas las temporadas. Así nació Grypho.

Diseñador favorito: "Hussein Chalayan, porque se juega el todo por el todo".

Fuentes de inspiración: "Las mujeres, hasta para hacer ropa de hombre".

Algo muy íntimo: "Gasto el setenta por ciento de lo que gano en caballos. Tengo un rancho en donde vive mi adoración, que es mi yegua *La Doña*, y mi nieta, una potranca alazana llamada *Lujuria*".

Dónde vende: en tiendas departamentales y en sus propias tiendas, que están en Plaza Loreto, Plaza Satélite y en Mazatlán 82, Condesa (5359-6167). También se vende en Colombia y Costa Rica.

Julia y Renata

Si no bastaran sus diseños, Julia y Renata Franco llamarían nuestra atención por el hecho de llevarse tan bien a pesar de ser hermanas. Renata nació el 20 de abril de 1973 y Julia el 7 de marzo de 1970, en Guadalajara. Ambas estudiaron en el Centro de Diseño de Modas de esa ciudad. Al terminar empezaron a trabajar juntas, ganaron un concurso de ilustración y se fueron a Nueva York. "Al regresar decidimos que queríamos hacer esto para siempre". En 1991 presentaron su primera colección (con materiales como ramas y plástico) para la Muestra de Alta Moda de Guadalajara.

Diseñador favorito: "Junya Watanabe con su línea de tejido para Comme des Garçons, pues ella es la única diseñadora que hace cosas de vanguardia, que de verdad es visionaria y va adelantada diez o quince años a su tiempo".

Fuentes de inspiración: "Estamos todo el día juntas, vivimos en la misma casa y platicamos mucho. De pronto surge una idea en una de nosotras y la otra parte de esa idea, o al revés. Nunca nos ponemos limitantes, cada quien diseña lo que quiere y al final siempre sale algo muy parecido porque estamos muy conectadas".

Algo muy íntimo: a Renata le encanta comer, y Julia siempre tiene que estar aclarando que ella y Renata no son pareja.

Dónde venden: en la ciudad de México, en la tienda Área (Atlixco 71, Condesa), en Nuevo León en la tienda Studio (Av. Real San Agustín 222, km 3, Garza García), en su showroom (Av. Vallarta 1020-8, Guadalajara) y en Fixión (Av. Universidad 1001, Plaza Bosques, Aguascalientes).



raúl guerrero / emosionales urrutia / 2008



giancarlo cruz / el payaso de guadalupe witnessed by john mcenroe / 2009 / cortesía giancarlo cruz

juventud divino tesoro

...ya te vas para no volver, cuando quiero llorar no lloro
y a veces lloro sin querer! >.< :..(

En la promesa perenne de que la década que sea 'ahora sí!, esta es la década de la moda mexicana!', fue sorprendente que la siguiente generación haya sido tan joven, esencialmente rebelde y dolorosamente fugaz.

El relevo estaba armado alrededor de un nuevo grupo de gente con propuesta por un lado: Ale Quesada, Trista, Malafacha; pero al mismo tiempo el grupo de TEAMO, MANCANDY, PAOLA HERNÁNDEZ y por supuesto Temores (359, 367), y Marvin & Quetzal (362-366). 'En la ciudad de México, el mundo hipster es esencialmente una expresión del confort clasemediero' opina el periodista Daniel Hernández, en su libro 'El bajón y el delirio' publicado en el 2011. Muy curioso recuento de los años del desmadre nocturno del cambio de siglo en el que aparecen cronicados Zemmoa (359), César Arellano el fotógrafo de 'diario de fiestas' y en un capítulo de título 'Una serpiente emplumada con lentes Burberry', Quetzalcoátl Rangel.

En el año 2003 al diseñador Marvin Durán le presentaron a un chico tabasqueño de pinta alternativa. Marvin había nacido el 9 de noviembre de 1980 en los Andes Venezolanos, y Quetzal el 6 de enero de 1985, por lo que uno tenía 22 y el otro 18. La construcción de una imagen imposible les daba la entrada a todas las fiestas y la 'crónica social'. Quetzal en ese momento estudiaba en Casa Francia, donde también estaba inscrito Carlos Temores, pero duraron muy poco tiempo, apenas un par de semestres, y se dieron de baja.

Le dieron vueltas si le ponían 'Rata Margarita' o 'Je n'aime pas l'ecole' pero al final se decidieron por Marvin y Quetzal (myq), y se presentaron con una pasarela en el Hostal Virreyes en septiembre de 2004. Desde su taller en José Ceballos 52, en la San Miguel Chapultepec comenzaron a crear prendas cortadas, mezclas de algodón y seda y estampados de sus rostros -capas, blusones, pantijeans. Subían sus creaciones a Myspace y comenzaron a crear una comunidad de seguidores. Se presentaron en los Fashion Week de 2007 y 2008, con el patrocinio de marcas como American Apparel y Sauza, pero algo estaba cambiando. Su logo de corazón se convirtió en unos colmillos sangrantes y el humor entre ambos creadores cada vez era más tenso. En una época de excesos Quetzal dependía del alcohol. El 12 de septiembre del 2008 apareció estrellado en el cubo de su edificio: había caído 4 pisos. Tenía 23 años.

Marvin presentó colección ese año, pero obviamente pasó por un período muy dícil. Ocho años después MYQ la marca se levanta una vez más y se presenta en MBFW 16, con los adjetivos que la caracterizan de ser juvenil, a la vanguardia y divertida.

En una crónica de esa pasarela post-mortem del 2008, dice que en el front-row estaban Temores, César Arellano, Mike Salas y otros más. Lo perturbador es que sea una lista de puros muertos a menos de 10 años de distancia, y todos en circunstancias nunca esclarecidas totalmente.

El 7 de enero de 2015 Temores hizo el mismo viaje que Quetzal cayendo desde el tercer piso de su edificio, tenía 31 años. Había debutado en 2008 en Dfashion. Y sólo presentó cuatro pasarelas para después dedicarse a otras cosas. '-Somos muy jóvenes pero no creo que haya nadie en México que tenga el criterio, de entender que hacemos como moda, por qué no van y le preguntan eso a Rei kawakubo -pero bueno, ni siquiera saben quién es Kawakubo-'

En la necrológica que le dedicó la Cámara Nacional de la Industria del Vestido dice: 'siempre individualista quería que el mercado lo entendiera, sin él tener que entender al mercado' y en ambas declaraciones se resume un aspecto de esa generación de creadores: la incapacidad de crear imaginarios incluyentes.

esculturas: andré allar / la juventud * germán nájera + iván flores / la juventud / 2008





tony solís / marvin y quetzal / 2005

Una marca de moda depende para sobrevivir de poder convocar a todo tipo de consumidor que encuentra en ese imaginario una multiplicidad de adjetivos incluyentes con los que se identifique. El espíritu de estas marcas de principios de siglo era correcto en la rebeldía y la necesidad de romper esquemas, pero equivocado en el sentido de que eran marcas cerradas a un cierto tipo de insider, en fiestas correctas, con la actitud correcta, pero que no compraba y no alcanzaba a hacer la masa crítica para volverlas emprendimientos viables y reales.

No hay que perder de vista que el propio Quetzal mencionaba: "algo está pasando. Hay un movimiento. Estamos haciendo algo que hace referencia a nuestros orígenes. Todo lo que hago tiene referentes mexicanos. La línea de MYQ está inspirada en los indígenas mazahuas y tarahumaras, y en las piñatas. La ciudad queda evocada en las prendas. Los colores son neones, químicos, casi agresivos. Siempre hago referencias, pero las llevo a un nivel más global, no tan obvio. De otra manera nada más es kitsch...' -También estaba pensando en una moda nacional-

Un poco antes de ellos, y fuera de su 'grupo' otro diseñador Sergio Alcalá había abierto la vanguardia en el siglo XXI con su exceso estético, un collage de influencias que también podría ser leído como kitschería pura. Tuvo un debut temprano a los 22 años en FASHION WEEK 2006 - con temas como Huichol Galáctico, a él le toco convertirse en una especie de 'outsider', ni de 'las modernas' ni del establishment.

Si el prototipo del 'artista expresándose' es la vía segura para fracasar como diseñador, en este caso estos creadores quedarán para siempre como el ejemplo perfecto del 'enfant terrible'. Y si una muerte siempre es dolorosa, cuantimás la de jóvenes prometedores. :(Fue el momento a destiempo para jugar a la mexican 'Party Monster' (Bailey, 2003), y esto nos enseña que lo mismo que en el arte, la bohemia excesiva no lleva a ningún lado, a menos que la fiesta sea creativa, divertida... y productiva.

De esa generación las chicas tuvieron otro desempeño: Ale Quesada, nació en CDMX en 1981, estudió en Casa Francia y puso su marca en 2006. Su sello es la silueta como de niña en prendas alegres, que cercano a esa estética LOLICON le hicieron convertirse en un éxito de ventas en Japón. Ha hecho colaboraciones con Nike y Grupo Axo, y sus colecciones actuales son tan coherentes, alegres y oportunas, su presencia en redes tan fuerte, que llama la atención que pareciera su nombre no se repite tanto como el de ciertas otras marcas que sólo aburren pero que todo mundo menciona y que sería taboo describirlas como aburridas, fresas y 'beiges'. Paola Hernández, nacida en el '82, es de las pocas marcas mexicanas que cumplió el sueño de abrir tienda en Nueva York. Prendas que en apariencia se ven sencillas, pero que sumando forma/ color / textura son ejercicios conceptuales. Presentó colecciones en el Palacio de Hierro.

Un elemento fundamental, catalizador que hizo diferente a esta generación: fue que les tocó ser los primeros en entender y usar el internet. Johann Mergenthaler, empresario, modelo y promotor de iniciativas de moda comenta en Mextilo la película (Prado 2014): '...podemos hablar de una historia de la moda en México, que es a partir de que nace el internet; antes podríamos hablar de la prehistoria de la moda en Mx, sin por supuesto sacar a nadie. Pero es que la diferencia es que alguien que viva en una zona apartada de Mx y no pueda ir a NY, si se puede meter a internet y ver qué está pasando afuera y participar . Como Andy Torres que nació en Irapuato y es una de las blogueras más importantes del país. El internet es una pieza fundamental y la hemos usado muy bien.



jamie luca / marvin y quetzal / 2007 cortesía paragon models / marvin durán



tony solís /myq / 2017

felipe huertas / marvin y quetzal / 2017 / mbfashionweek en foto museo cuatro caminos

rodrigo navarro / retrato de carlos temores / 2013

Habrá un momento en el que se pueda hacer un libro, tan sólo juntando las fotos de generación de los diseñadores posando como si fueran miembros de la 'liga de la justicia'.

El sábado 22 de enero del 2011 el periódico Reforma en su sección de moda sacó dos series de nuevos valores a seguir, en el primero la alineación era:

José Manuel Borbolla-planeación de eventos / Anairam -fotógrafa / Kris Goyri -diseñador / Vera Félix - fashion expert / Johann Mergenthaler - modelo y empresario / Alexia Ulibarri - diseñadora

Una semana después, en la segunda entrega de jóvenes estrellas mexicanas de menos de 30 años, el equipo se vió así (367):

Pink Magnolia - Paola Wong/ Noé Roa - diseñador / María Videl - diseñadora / Carlos Ortega - diseñador / Lorena Saravia - diseñadora / Franklin Collao - editor / Sofía Félix - diseñadora / Rafael Cuevas y Roberto Sánchez -diseñadores - teamo (2005-2011)

Tres años después en el 2014 en su edición de aniversario, 15 años de la Revista Vogue en su segunda época en México, la foto de generación contenía:

Natalie Amkie / Vanessa Gluckel / Juan Luis Valadez / Kris Goyri / Carla Fernández / José Alfredo Silva / Paulo Succar / Sandra Weil / Cynthia Büttenklepper / Alexia Ulibarri / Alejandra Quesada / Francisco Cancino / Alfredo Martínez / Giovanni Estrada / Lorena Saravia / Andrés Jiménez.

En el mismo año, Harper's Bazaar en español, hizo un artículo 'La nueva tribu' (394-407) que bien podría ser la segunda parte respecto al del año 2000 (352-356). Presentando '13 nombres del diseño nacional que han preparado el terreno para que los ojos de la moda global giren hacia Mx', ahora la lista era así: Trista / Yakampot / Alejandro Carlín / Mancandy / Cihuah / Cynthia Büttenklepper / Kris Goyri / Alfredo Martínez / Julia y Renata / Alexia Ulibarri / Sandra Weil / Lorena Saravia / José Sánchez



andonella / figurines a partir de ale quesada y myq / 2015

En el mundo del arte se entiende que sólo aquellas producciones que son reconocidas como parte del sistema del arte y puestas en el museo, son entonces las que alcanzan el estatus de pieza artística -como estos autores-. En nuestro mundo de la moda mexicana algo está cambiando por que no son sólo las marcas, también es que ya tenemos la existencia de un sistema de reflexión, promoción, curaduría: una incipiente intelligentsia de la moda. (375-385)

En estas listas, está pinto en color sólo los de aquellos que se dedicaron al diseño de ropa, la primera vez que aparece el nombre, si es hombre o mujer, y vemos que sólo la lista del Harper´s está casi apagada de color. Pero !ojo¡ es que es la mejor de todas: en ella hay diseñadores que ya habían salido desde el recuento de Desirée Navarro, un sorprendentemente joven Alejandro Carlín, Julia y Renata; gente que viene de la vanguardia como Mancandy; Trista, Yakampot y Lorena Saravia que son propuestas serias de producción y venta. Autores como Ulibarri y Goyri que han crecido en propuesta y sofisticación con el tiempo, cosa que no siempre se da, pues hay marcas que se estancan o de plano empiezan como diseñadores e involucionan a modistas en pocas temporadas. Pero hay una extraña ausencia: Malafacha... O.o



REFORMA
CORAZÓN DE MÉXICO
Moda REFORMA Sábado 22 de enero de 2011

Estrellas mexicanas menores de 30 años: Segunda parte

Son los jóvenes a seguir

JORGE TORRES MERCADOTECNIA
PAOLA WONG Y CUCA DIAZ DISEÑADORAS
NOÉ ROA DISEÑADOR DE MODA
MARÍA VIDEL BLOGUERA Y DISEÑADORA DE ACCESORIOS
CARLOS ORTEGA DISEÑADOR
LORENA SARAVIA DISEÑADORA
FRANKLIN COLLADO EDITOR Y ARTISTA PLÁSTICO
JORGE RÍOS FASHIONISTA Y PUBLIRRELACIONISTA
SOFÍA FÉLIX SMITH DISEÑADORA Y PUBLICISTA DE MODA
JONATHAN MAS BESA ESTILISTA
PAMELA OCAMPO COORDINADORA DE MODA
RAFAEL CUEVAS ROBERTO SÁNCHEZ DISEÑADORES

fernando toledo / moda reforma / 22 enero 2011 / cortesía del periódico reforma

MALAFACHA

Uno sabe que el camino está perdido cuando entrevistas al diseñador y te dice que no hace moda sino filosofía, ves las prendas y son básicos azulitos. Entonces te citan el lugar común del 'Sistema de la moda' de Barthes -que es un libro de semiótica que no aplica para el proceso en moda- y te das cuenta que te están tomando el pelo.

Lo difícil es hacer conceptos en moda, en el que la reflexión se plantea desde la construcción primero de la prenda y después de la colección como un todo y cómo eso se refleja en un concepto nuevo. Malafacha son los que mejor lo entienden.

Francisco Saldaña y Víctor Hernal, están pero no están. Siempre presentan en las mejores plataformas de moda del país. Pero precisamente por que su producto no puede estar más alejado del 'vestido de noche' no se ve que sean los favoritos de los editoriales.

Marca fundada en 2005, camina aparte en un nicho de mercado en el que antes estaba esplendorosamente sola, y al que cada vez más se suman las nuevas propuestas: la posibilidad de hablar desde la vanguardia y la contracultura para un público conservador, que necesita de ser 'guiado' para poder entender este tipo de propuestas y acabar por 'hacerles mercado'.

Ávido coleccionista de libros, rayando en la obsesión, Saldaña es un bibliotecario que busca en sus múltiples referencias aquellas ideas que se no generan en lo que ya saben, sino en lo que descubren y así cada colección se convierte en un tratado, justificando no el que sean narrativas, sino el que son reflexivas. Los pachucos, la danza butoh, los cuentos infantiles, los punks y los góticos, las tradiciones mexicanas.

Su colección Santo Remedio SS 17 presentada en el 10º mbfw, tomaba como referencia el mercado de Sonora, con modelos que desfilaban como muñecos de ojos cerrados pintados como si estuvieran abiertos. En esa colección hacen un borrón y cuenta nueva de la marca, buscando en sus archivos prendas icónicas de sus veinte colecciones anteriores, para dar inicio a una nueva etapa de su historia.

Francisco nació el 20 de abril de 1981, y Víctor el 1 de abril de 1979. Hernal estudió comunicación visual, lo que es interesante porque se ve en el uso generoso de materiales con gráficos, cuando las más de las veces la 'alta moda mexicana' es de lino color crudo, siendo que México es un país de estampados y color.

Mencionan en entrevista: 'Creemos que se está cayendo en un error grave, hay una obsesión por querer repetir esquemas de países que nada tiene que ver con México, ni geográficamente, ni culturalmente, ni económicamente, ni políticamente... pero como a ellos les funciona, creemos que a nosotros también nos funcionará, el eterno error de la copia. Y no es así, entonces hay ahora una cantaleta por querer que los diseñadores nos convirtamos en productores al mayoreo, disfrazados de "empresarios", y sí, debemos de profesionalizar y ser emprendedores, pero bajo el lenguaje de la moda, no del producto al por mayor, Izazaga y los bazares de la Canaive están llenos de marcas con esos esquemas, no necesitamos más, ni fortalecer, ese sector de la confección que es bastante sano, debemos de crear nuevos esquemas, lenguajes y formas de hacer crecer la industria de la moda'.
En su vocación por transformar a esa moda, Francisco y Víctor también se dedican a la docencia.
Saldaña ha dirigido la Universidad Jannette Klein.

Malafacha demuestra que la moda no se hace de una sola manera.



iván aguirre / malafacha / pv II

iván aguirre / malafacha / oi ll

iván aguirre / malafacha / pv lo

malafacha / google + fashion / 2013

4 damas



anna fusoni

En un foro en una calle de Polanco sucedía algo un poco extraño, había iluminación, modelos, maquillistas , el relajo generalizado propio de cualquier evento de moda, pero sin gradas, sin asientos ni público. Las pasarelas sucedían en un salón vacío. Pero 2 millones de personas tomaban nota de lo que pasaba ahí... a través de youtube. La primera plataforma de moda exclusivamente digital del mundo: Google + fashion, era el invento de Anna Fusoni y Mike Alva director de mercadotecnia de Google. Comenzando en 2o12, el proyecto tuvo sólo 5 ediciones, alrededor de 100 pasarelas, seguidas de hangouts para comentar y dar espacio a la crítica. Pero una serie de adelantos tecnológicos hicieron que fuera un proyecto adelantado a su tiempo: el poder comprar ahí mismo la prenda que ves en la pasarela con sólo picarle; la existencia de rose, una asistente digital que utilizando tendencias y AI ayudaba al diseñador en la creación de sus coleciones. Innovación, un proyecto de ruptura. Pero no era la primera vez que Fusoni hacía algo así.

Por ahí de 1986 creó Moda premio que por 25 años fue el concurso para promover a los nuevos talentos del diseño. En sucesivas encarnaciones su idea continuó: Concurso de Jóvenes creadores, Mezclarte, Concepto T3 -una plataforma de entrada al tiempo de MB-DFashion- y Creare - que en 2017 llegaba a diez ediciones.

En 1978 participa en la creación de la Semana de la Moda en México, después su empresa ONC -oficina nacional de compras- organizó Salón Boutique y Primera Visión. En 1985 el hotel donde presentaría el Salón cae en el terremoto y tuvo que levantarse y resolver, como siempre ha hecho, reinventándose.

En editorial, en el presente, es directora de la revista KS, pero en el pasado fue directora de la revista Claudia, del Feminova del diario Ovaciones.

Fue directora de moda del FWM -fashion week México - en el tiempo de José Andrés Patiño.

Con el nombre de Fusoni Fashion Network se dió a la tarea de hacer redes, crear contactos, descubrir nuevos talentos. Networking!



A lo largo de esta investigación se revela, muy preponderante que Ramón Valdiosera Berman es un hombre de demasiados 'primeros': primer diseñador con la visión integradora de lo mexicano, primer pasarela presentada en Nueva York, primero en crear los trajes típicos de los estados de la nación, primer diseñador en escribir un libro de la historia de la moda mexicana, -según fotos en el AGN muy probablemente el pionero en las agencias de modelos en el país-, primero en pensar en el rosa mexicano, y por todo eso el es el Padre de la Moda Mexicana.

Diseñadoras obscuras de las que no quedó más que una memoria parcial son llamadas a prohijar la moda mexicana y se llaman a sí mismas como su figura materna... Ño! >: /

Viajando para dar conferencias e impartir clases me ha tocado ir a los lugares más lejanos del país, y ahí donde uno vaya esta Fusoni, dando conferencias cada semestre en Intermoda, en Minerva Fashion, en Tijuana Innovadora, en Pachuca, ahí está ella. Y en cada sede la gente la identifica, los estudiantes la buscan, y ella se detiene y escucha.

Si alguien ha tenido la vocación por ayudar a jóvenes y darles su primera oportunidad es ella. En un medio en que cada década se extinguen todas las marcas: ella sobrevivió 5 décadas creando. Y por eso, y por todos sus 'firsts' si alguien pudiera ser la 'Mamá de la moda en México' esa es 'la' Fusoni. o.Ob

tanya meléndez

- 'La moda es un producto cultural, un lenguaje simbólico, un conjunto de creencias que un grupo de personas comparte e incluye los tatuajes, las decoraciones los estilos de peinado. Y que está ligado a un cambio constante y es un sistema que incluye a organizaciones individuos, pueden ser las universidades, los museos, la CANAIVE, etc.

¿Qué se hizo para L.A. se convirtiera en una capital de moda?: proveedores, creadores, industria flexible... PERO fue necesario que hubiera investigación sólida en L.A. y que la moda tuviera relaciones formales e informales con la cultura de la ciudad. Para hablar de educación de moda en Mx hay que entender que las licenciaturas son 'super' recientes. La 1ª fue en los 80 en una sola escuela (314), y en los 90 surgieron apenas 4 licenciaturas más. De los 2000 para acá, no hay estudios de posgrado, no hay investigación más profunda, sin centros de investigación no se puede hacer más...'

TANYA MÉLENDEZ EN MEXTILO THE FILM

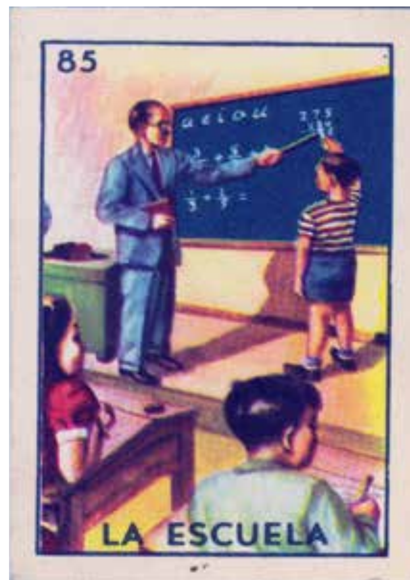
Una marca de moda no consiste en hacer ropa, es construir un imaginario, y eso está hecho desde el perfume, los lentes, los accesorios. Pero cuando las marcas realmente lo logran, comienzan a crear significados.

Y esa cultura, cuando se articula y conceptualiza, da lugar a espacios tan fundamentales como el FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY FIT en Nueva York, lugar que aparte de ser una de las principales escuelas de moda del mundo, en sus salas se exhiben las muestras de moda más evocadoras, que conjuntan personajes de moda -Daphne Guinness, Susanne Bartsch, Quentin Crisp-; grandes creadores: Halston, Westwood, YSL; así como nuevos territorios para imaginar la moda: FASHION & POLITICS, A QUEER HISTORY OF FASHION.

En el año 2000, Miguel Covarrubias (208) se puso contento, porque le dieron un premio con su nombre a una chica mexicana -TANYA- por su tesis de licenciatura en museología, la ciencia que estudia los museos. Y con eso ella se lanzó a pedir una beca FULLBRIGHT para estudios superiores de curaduría en el extranjero... pero de moda. Dando el salto de la UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS AL FIT: Estudios de moda, teoría de la moda, historia de la moda. Contexto, estudio y pensamiento que han hecho que las estructuras de la moda estén más adelantadas en cuanto a investigación en aquellas latitudes que en las nuestras. Con esas habilidades, decidió que la curaduría tradicional no era lo suyo sino la curaduría de los procesos educativos. Desde 2008 es SENIOR CURATOR OF EDUCATION AND PUBLIC PROGRAMS OF FIT y organiza dos simposios y por ahí de 30 conferencias al año.

Estar con ella es situarse a un grado de separación de figuras emblemáticas como Bill Cunningham. Y sin ir tan lejos, colabora de cerca con la directora la DRA. VALERIE STEELE, que es uno de los referentes planetarios de lo que se genera en estudios e investigaciones de moda, historia y teoría.

Se estableció en Manhattan y echó raíces ahí. Realizando el anhelo de estar en el centro de la INTELLIGENTZIA de la moda neoyorkina. Cumpliendo sueños que pocos mexicanos como Seco o Alfaro han logrado, igual que aquellos que hasta han puesto tienda ahí como Pineda Covalín, Hernández y Martínez.



Su posición permite imaginar lo que todos podemos lograr.
Una vocación por educar. La curaduría de exposiciones trata muchas veces con el pasado pero la educación siempre trata con otro tiempo: con el futuro. ;)

foto / eileen costa

ana elena mallet

Viendo la lista de todas las exposiciones de moda que ha habido en México (348) vergüenza nos había de dar, que cabe en una sola cuartilla. Los espacios de la 'cultura oficial' han tenido escepticismo con la moda, por considerarla frívola, incluso en 2oo7 corrieron al director de la Mega-biblioteca Vasconcelos por el 'crimen' de haber permitido en sus instalaciones un shooting para Palacio. Otro escándalo de explosión 'controlada' es la destrucción del Ex-convento de la Merced, por un proyecto sexenal a destiempo que no cuajó: Museo de la indumentaria y la moda.

Así, en en el libro 'Exhibiting fashion before and after 1971', Amy de la Haye plantea en 252 hojas una historia de las exhibiciones de moda en el mundo sajón. Y en esa perspectiva nos damos cuenta que moda y museos, son en el mundo una dupla millonaria. El presupuesto de la Secretaría de Cultura/Conaculta, ronda anual los $5,343,000,000 MXN esa cantidad son aprox. $286 millones de dólares, para toda la cultura, de todo el país: México.

El MET de NY opera 'nomás' con $332 millones de dólares al año. Y de eso un gran porcentaje proviene de sus exposiciones de moda, que son 'blockbusters' que atraen millones de espectadores y se vuelven 'conversation piece' desde la gala del Met, hasta los catálogos y LA exposición anual.

En 2016 una exposición de Ana Elena en el Palacio de Iturbide: El arte de la indumentaria y la moda en México 1940-2015, atrajo cientos de miles de espectadores. Podemos ver que sus intereses curatoriales no son sólo caprichos personales, sino que la Mallet entiende el zeitgeist que la rodea, nivel local, nivel internacional. La manera en la que los diseños y en particular la moda son el punto de intersección entre la alta cultura y la cultura popular.

Rosa Mexicano, Moda e Identidad: la mirada de dos generaciones en 2oo9 en la Casa del Lago, fue la primera vez que se unían el mundo de Valdiosera con el de los diseñadores contemporáneos como Trista y Malafacha. Fue un año de entrevistas con el maestro.



Su labor con Boutique, la primera vez que la moda llegaba a un museo de arte contemporáneo.
Y en el 2017 la retrospectiva de la primera década de la marca Trista.

Del universo limitado de lo que ha sido la experiencia expositiva en moda en Mx., las muestras más interesantes e inclusive trascendentes son de su autoría.

Alguna vez Fusoni trabajó en el Vogue de Vreeland, y precisamente Diana hizo el área de exposiciones de moda del Met en donde Harold Koda, o posteriormente Andrew Bolton fueron los curadores. En México, Mallet tiene que ser el equivalente a esas funciones en nuestro pequeño universo de moda. :)

En el año 2oo5, el Centro de la Imagen hacía un festival de fotografía, fotoseptiembre. A veces era temático, y así con el nombre de trama y estilo, se enfocó al mundo de la moda a través de la imagen.

Michel Mallard (384), hizo una serie de eventos relacionados con la moda. En ese marco Ana Elena Mallet, Alfonso Morales y yo, Gustavo Prado hicimos una curaduría de fotografía y moda, de nombre.... Mextilo. (de ahí salió el nombre antecedente, de la película y de este libro, aunque esa exposición era otra cosa...).

Mallet ha sabido cobijarnos en el mundo de la moda a través de su trabajo. Y aún le falta mucho por mostrarnos... :D

sara galindo

Si durante 12 años estuvo al frente de la revista Elle, no sólo es la experiencia editorial: hay que hilar más fino. No sólo es estar al frente de una revista, sino el utilizar una plataforma así, no para promocionar las marcas de siempre sino impulsar el trabajo de los diseñadores y las marcas mexicanas, lo que habla de una vocación peculiar que se fue reforzando con los proyectos que siguieron.

Elle Mexico diseña, un reality de diseño de moda de su autoría, en algún momento catapultó a una estrella como Kris Goyri (403).

Fueron pasos sucesivos, en la revista promocionar, en el concurso abrir puertas. Esto exigió hacer un diagnóstico de ¿cuáles eran los problemas de las jóvenes marcas mexicanas? Por supuesto uno es la producción atada a la comercialización haciendo un círculo vicioso. Para combatirlo surgió Mexicouture.

El futuro de la moda no solo en México, sino en el mundo, pasa por el comercio electrónico. Ésta es una plataforma que busca promover productos de alta gama, de diseñadores mexicanos a través del internet y que conjunta una curaduría especializada de los productos a la venta, constantemente buscando que se está produciendo con nivel en el país, y además educar al comprador acerca de todas las ventajas que tiene el comprar productos mexicanos.

- 'Yo no me quiero morir sin ver los nombres de nuestros diseñadores sonando en Nueva York y París', dice en una entrevista y es una preocupación legítima que todos compartimos: 500 hojas de Mextilo y todavía no existe un nombre mexicano para el mundo que pueda ser el equivalente Yamamoto-Japón /Balenciaga-España /Chanel-Francia... ¿¿y???/México :(

Lograr el éxito afuera, parte de que logremos el éxito en el mercado interno, y así en el 2017 junto con su socio Johann Mergenthaler, Sara se dió a la tarea de crear una nueva plataforma Diseñando México 32 DMx32.

Si en cdmx se está viviendo el momento de las pasarelas en sedes que van cambiando día con día durante la semana de la moda, este proyecto lleva al concepto al extremo al buscar cambiar de estado en cada presentación, hasta cumplir el objetivo de llevar este proyecto de moda a los 32 estados de Mx.

No sólo presentando pasarelas, sino todo lo que rodea a la moda como cultura: exposiciones, conferencias, el concepto de la fotografía de moda, la experiencia del fashion film. Y además buscando siempre convocar a talento local para mostrarlo en su lugar de origen y además proyectarles hacia escenarios nacionales.

Vocaciones en moda hay más que suficientes, pero cuando uno sabe que al año egresan miles de alumnos de las carreras de moda en Mx, y que en su mayoría pronto abandonan o muy pocos harán carrera. Nos damos cuenta que las escuelas se volvieron licenciaturas, pero sólo educan en aspectos técnicos que poco se ajustan a la realidad del mercado.



Entender al consumidor mexicano, entrar de lleno al mundo del comercio digital, comprender la necesidad de las redes sociales -en las que Sara es más que experta-, poder lograr la producción en escala, son todas las cosas que hacen evidencia que lo que busca Galindo es abrir puertas para lograr una moda mexicana de 'a deveras'.

michel mallard

1 caballero

Si hablamos de pocos grados de separación tal vez el mexicano más cercano al centro de la moda mundial, la francesa, sea Mallard.

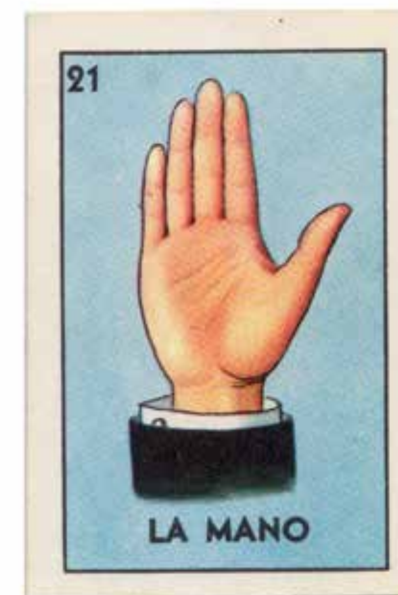
En 2014 editó un libro de arte con toda la historia de imágenes de la marca: Louis Vuitton Fashion Photography. Que se lanzó con una exposición en Singapur, también curada por el.

Su actividad editorial es impresionante y se lee como un Quién es Quién de la moda contemporánea. De su autoría como curador-editor, los 3 libros de Jean Baptiste Mondino, Steven Meisel, entre otros. Ha organizado y curado exposiciones de Nick Knight, Guy Bourdin, Saul Leiter, Melvin Sokolsky.

Ha estado al frente de la dirección artística de las revistas Jalouse, Marie Claire Japón, Blast. Y particularmente L'Officiel y el Vogue Hommes International.

De 1998 a 2013 fue Director Artístico del Hyères Festival international de mode et de photographie, el encuentro que presenta lo más interesante, retador y propositivo de la moda y la fotografía. Nombres como Alaïa, Dries van Noten, Yamamoto o William Klein y Oliverio Toscani son presencias normales en ese festival. Ahi mismo en Hyères, Diane Pernet fue talent scout de 2002-2011.

Ha hecho campañas tanto en el concepto, como la foto y el video para perfumes Azzaro, Kenzo, Jean Paul Gaultier o Ines de la Fressange. En el diario La Tribune, Michel Mallard studio concibió un suplemento dedicado al lujo La Tribune & Moi, proponiendo el diseño, y haciendo sus primeras portadas con retratos a personajes como Karl Lagerfeld y Carla Bruni.



Entonces, si Mallard hace dirección artística, creación publicitaria, diseño gráfico, curaduría de exposiciones, fotografía - de todo tipo, retrato, moda- creación de contenidos audiovisuales, a final de cuentas ¿qué es? La respuesta obvia es Director Creativo, pero el mismo lo definió mejor en una entrevista cuando le preguntaron que describiera a qué se dedica en realidad, contestó:

creative troublemaker.

Sus campos de trabajo se intersectan porque los conceptos que crea, encarnados en imágenes comparten básicamente los mismos fundamentos - composición, jerarquía, estructura, color... Lo necesario para pensar visualmente y dar salida a la creación.

En 2005 fue curador de Fotoseptiembre y desde entonces de manera ocasional regresa a México cuando sus proyectos creativos lo traen por aquí. Aunque radicado parisino durante muchos años, sus padres siguen viviendo en México. Su papá Ernesto Mallard, es un artista Op/Kinético y con él tuvo los aprendizajes que fueron determinantes en su carrera. Mallard siempre tiene trabajos y soluciones interesantes, innovadores, frescos y relevantes.

¿Cómo lo hace?
Manteniendo los ojos siempre abiertos a nuevas perspectivas y apreciando el pasado. 3:)

salvador hernández / rojo de la serie avatares / 2015



Una marca mexicana con éxito. En el 2017 una marca como PINEDA COVALÍN tiene 74,000 seguidores en facebook y 26,000 likes en Instagram. Desde 1996, Cristina Pineda y Ricardo Covalín establecieron en sus propias palabras 'una búsqueda cultural más que una marca de moda'.
La idea del estampado, en otros países ha permitido construir conceptos como MARIMEKKO, aquí los estampados en seda inspirados en las etnias, las tradiciones y los íconos culturales del país, les permitieron construir un imaginario de marca total: mascadas, corbatas, vestidos, zapatos, bolsos, huipiles, ponchos, anteojos, una mascota: XICO. Y colaboraciones con MACARIO JIMÉNEZ y LOS VLADIMIROVICH

Con multitud de sucursales en México, en algún momento tienda en NY, y presencia en decenas de países ellos son el ejemplo de una marca mexicana que puede establecer producción masiva y volverse un negocio rentable y una marca conocida en todo el mundo.

No son los únicos, en el sentido de que en la segunda década del siglo XXI crecen o se consolidan negocios de moda en México. Para tener alguna medida de su penetración en el mercado, tal vez un indicador es su presencia en redes... (facebook=fb, instagram=ig) Así tenemos que:

LOB 500,000 fb + 49,000 ig | JULIO 316,000 fb + 5670 ig | IVONNE 325,000 fb + 6303 ig

marcas que deberían de ser la respuesta a la moda-pronto pero desde Mx y enfocados a mercados de edad e ingreso medio. Y que han tomado la estrategia del diseño como en la colaboración Alfredo Martínez + LOB. Para dar una idea en perspectiva:

YAKAMPOT 9,857 fb + 12,000 ig | TRISTA 14,351 fb + 23,000 ig | MALAFACHA 15,000 fb + 8,145 ig

En donde vemos que aún cuando las marcas de la 'moda de autor' están cubiertas por las editoriales, ocupan las plataformas y las pasarelas, aún tienen mucho que construir en cuanto a posicionamiento...

Pero que comparados con la idea de escala de las marcas mundiales, nos dejan fríos:

AMERICAN EAGLE MX	***11,500,000 fb +***	***108,000 ig***
FOREVER21 MX	***13,800,000 fb +***	***12,700,000 ig***
CYAMODA C&A MX	***8,900,000 fb +***	***142,000 ig***

El mundo moderno se revela plural para la moda. Marcas que vienen desde los noventa como Macario Jiménez (344,345), conviven con marcas desde la contracultura como Malafacha, las profundidades mexicanas de Yakampot, hasta imaginarios basados en el comercio digital como Pay's.

En un recuento de generación que nos comparte el Harper´s Bazaar, queda un retrato de generación que cierra el mundo actual -2017-.

Alejandro Carlín (397). Hizo carrera en Monterrey con la marca 'Lola de Alejandro', después de haber estudiado en Marangoni y en St. Martins. Nació el 14 de febrero de 1979. Lanza en 2011 una marca premium con su nombre. Vende en Saks Fifth Avenue, en su showroom de Goldsmith 38 Polanco y en la plataforma mexicouture.

Mancandy (400). Que Andrés Jiménez cante en medio de su pasarela es una ruptura que deberíamos de agradecer en un medio de la moda que peca de corrección invitando al bostezo. Originario de Cuernavaca, Morelos y fotógrafo de profesión, llegó a Cdmx a establecer su marca en 2007 cuando tenía 23 años. -nació el 25/11/1984. Asimetría, grafismo y mezcla irreverente de materiales, el mismo define que parte de: 'El street style real mexicano, el que veo en el metro y el centro'.

Cihuah (401). Vanessa Guckel es una arquitecta francesa que en 2012 abrió en México su marca, que quiere decir 'mujeres' en náhuatl. Tiene como sello el uso del blanco y negro en problemas constructivos que llevan las formas geométricas a adjetivar las prendas acercándolas a problemas de la construcción arquitectónica.

Cynthia Büttenklepper (402). Diseñadora de moda de Ensenada, Baja California. Aunque pasó desde Mty a Barcelona su comienzo en el diseño lo hizo trabaando en Estambul. En 2010 regresa a México y crea su línea de ropa, presentándose en IDM PV12. Partiendo siluetas selectas y colores sobrios, crea colecciones con el adjetivo de una gran calidad artesanal en los acabados y por ende tirajes cortos de producción.

Kris Goyri (403) Con una especialidad en moda que cursó en Barcelona, en 2008 fue ganador de ELLE México Diseña, casi diez años en que ha conformado calidad, diseño, estética y concepto en siluetas y materiales ultrafemeninos con una elegancia conservadora. Tiene estudio en Emerson 251, Polanco.

Alfredo martinez (404) Originario de Guadalajara, estudió moda y también estuvo en ELLE México Diseña, en el 2011. Sus colecciones se caracterizan por las mezclas de materiales en contrastes inusitados, que lo acercan a una experiencia pictórica. Fue seleccionado como diseñador invitado para la marca Lob, una de las más posicionadas del país.

Sandra Weil (407) Se especializó en Moda y Alta Costura en Barcelona. Sandra Weil Couture se funda en México el año 2008 con la visión de crear atuendos de la más alta calidad, únicos y atemporales. Hace una línea de ready to wear, otra de alta gama y además novias. Tiene showroom en Polanco en Emilio Castelar 185.





alicia melodiosa escupe mariposas doradas y las teje entre ojales, botellas rotas y dragones con corbata

Alicia melodiosa... fue el primer nombre con el que Josa Silva y Giovanni Estrada pretendían inaugurar una marca de super lujo para el consumidor mexicano más exclusivo. No lo lograron. Pero al final hicieron Trista, que en 2017 cumple 10 años...

Josa provenía de Ingeniería Industrial, nació el 5 de abril de 1979. Y Giovanni había pasado por Arquitectura y nació el 27 de marzo de 1978. Se conocieron en Casa de Francia en un momento en que coincidían en ese pequeño mundo Alejandra Quesada o Temores.

La marca fue la ganadora de Who's Next de Vogue en 2015. Ya para ese entonces estaba articulado un lenguaje de sofisticación que identifica la creación Trista. Desde sus primeras colecciones en con títulos como 'El perro de Pavlov' o buscando inspiración en la obra del fotógrafo ciego Evgen Bavcar, caminaban por otro sendero.

De Alicia... a Trista, a Simple by Trista. Es el esquema de cómo una marca encuentra mercado primero intentando crear nichos de super lujo, para luego ir bajandolos a una creación más aterrizada a la realidad de nuestro entorno.

Giovanni cuenta que '...en un libro de Fernando Pessoa me brincó la palabra 'Triste'. Volteo a ver a Josa y le digo 'Trista'. ¡Pum! Nos hizo click en dos segundos. Entendíamos que era una palabra que tenía una personalidad clara, sofisticada...'

Lo que busca Trista, es tangibilizar un sentimiento a través de la ropa. Lo que se nota desde la referencia literaria, la experimentación textil, pero más que nada la coherencia en el momento de crear de ropa y ambiente, en un proceso de diseño integral. Aludiendo a eso, en su X aniversario presentaron una exposición curada por Ana Elena Mallet (381) con el título: Trista diez años de contar historias.

Con el tiempo la dupla se separó y así, Josa se quedó a cargo de Trista; y Giovanni a cargo de Simple. Dando pie a colaboraciones múltiples con otros autores y socios para crear otros discursos. Cosa que había pasado desde siempre, pues tenían como invitados en algún momento a Esteban Sanín, a Gustavo García Villa, o inclusive a la parvada de jóvenes practicantes, que aportaban su perspectiva a los procesos.

En 2012 Josa hizo felizmente equipo con Natalia Ferriz para crear Children of our town. Que cuenta a través de las colecciones las historias de diferentes barrios de Mx. y a la vez busca representar el arte mexicano, la cultura, el talento y el espíritu de nuestro país.

Para que algo dure tiene que transformarse y ese es el secreto de Trista no ser una sola solución sino muchas, cobijadas dentro del mismo sello. Diversificándose como con Trista Hommes que existe desde el 2015

O en Tristan e Isolda, que es una firma de vestidos de novia donde unen sus super-poderes dos fuerzas de la moda mexicana: Josa Silva y Francisco Cancino.

trista / primavera verano/ 2016 / umbanda / cortesía de trista

TRIBU
LA NUEVA

Te presentamos a los 13 nombres del diseño nacional que han preparado el terreno para que los ojos de la moda global giren hacia México.

Fotografías de Dan Crosby

Editor de moda: Aldo Rendón
Coordinación: Marco Cuevas

Producción Harper's Bazaar en Español

harper's bazaar en español / mayo 2014 / año 35 no. 05 / cortesía de harper's bazaar en español



TRISTA

"Construimos siluetas acinturadas, grandes colas y vestidos sueltos con bolsillos amplios, inspirados en el marco histórico del Porfiriato". –Giovanni Estrada y José Alfredo Silva

Look completo, Trista.

Yakampot

"Es una mezcla del pueblo donde nacieron mis papás y las siluetas tradicionales de los Altos de Chiapas, como si la tela se enrollara en el recuerdo".
–Francisco Cancino

Look completo, Yakampot.

Alejandro Carlín

"La intención fue volver a nuestro centro para redescubrir quiénes somos y encontrar nuestro brillo interno".

Vestido, Alejandro Carlín.
Zapatos, Louis Vuitton.



josa silva + francisco cancino / tristán e isolda / primera colección / 2016 / sketch de luis roberto orozco

Tristán e Isolda *comenzó en 2016 cuando, tanto desde Trista como desde Yakampot se dieron cuenta que les llegaban encargos de vestidos de novia que tenían que cumplir cada uno por su lado. Al unirse pudieron tener la infraestructura necesaria para lanzar dos colecciones y entender a las 'prometidas'.*

> *Lo que busca la marca es poder traer a la realidad, el sueño del rito, la expectativa de la ceremonia: 'El vestido de novia, por lo tanto, resulta apasionante. El diseño de éste traduce todo un sueño, mezcla del pasado y el porvenir. Para nosotros deviene emocionante y es en verdad un reto poder interpretar esos sueños en una prenda que formará parte de uno de los eventos más importantes en la vida de una persona,"*
> *-comentan los diseñadores.*

Son territorios enteros en el diseño de moda, tanto las novias como los vestidos que marcan los ritos de paso: quinceañeras, graduación, presentaciones. El reto es poder remontar los lugares comunes y poder hacer algo con esas categorías entendidas como retos de diseño. En esa misma problemática cae la ropa para niños.

En 2012 había una marca encantadora de ropa para los pequeñines: ***Arroz con leche.*** *Cuando cumplió diez años en 2012, la mejor manera de celebrarlo era escalarla.*

Entonces los socios Concepción Orvañanos y Francisco Cancino tomaron el nombre de un lugar en Chiapas donde trabajaban: ***Yakampot.*** *En Maya Tzotzil quiere decir el lugar donde nace el agua. 'Decidimos llamarle así porque queríamos un nombre a la vez indígena y mexicano. .. pero que que tanto en el sonido como en lo gráfico pudiera ser un nombre posicionado en todo el mundo'.*

Cancino comenta: -'Nuestra ropa está hecha en comunión con artesanas mexicanas en distintas partes del país. Re-editamos patrones indígenas para llevarlos a la moda actual. La mayoría de nuestros materiales están elaborados a mano y además preferimos que en gran medida estén hechos en México. La mujer Yakampot es multicultural, puedo imaginarla en Coyoacán pero también viajando en París. Tenemos todo en México, es muy importante poner el nombre de nuestro país en alto.

Yakampot sueña con ser una marca mexicana reconocida internacionalmente. Francisco Cancino es egresado de Jannette Klein. Nació el 30 de diciembre de 1984 en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Mancandy

"Es el reflejo de mi lado sport y divertido, sin dejar de lado la sofisticación y exclusividad de la firma".
–Andrés Jiménez





Look completo, Mancandy.

Cihuah

"Quise proporcionar elementos atípicos y piezas icónicas inspirándome en el patrón de la vestimenta indígena".
–Vanessa Guckel



Top, capa y pantalón, Cihuah. Zapatos, Louis Vuitton.

Cynthia Büttenklepper

"Para mí, la moda es experimentación a través de la libertad y el riesgo".



Cropped top, chaleco y pantalón, Cynthia Büttenklepper. Zapatos, Louis Vuitton. Aretes, propiedad del estilista.

Kris Goyri

"La Flor de Luna florece por las noches mostrando su máximo esplendor y elegancia".



Blusa y pantalón, Kris Goyri. Zapatos, Louis Vuitton.

ALFREDO MARTÍNEZ

"La película *8 1/2* de Fellini inspiró las líneas suaves, contrastes de color y pequeños detalles de la colección".



Look completo, Alfredo Martínez.

JULIA Y RENATA

"Confrontamos las líneas establecidas para crear piezas que generen un constante diálogo con la excelencia, el desafío intelectual y el ingenio".

Look completo, Julia y Renata.

Alexia Ulibarri

"Nostalgia, drama, romanticismo, contemporaneidad y contraste para hacer un encuentro entre futuro y pasado".



Top y vestido, Alexia Ulibarri. Zapatos, Louis Vuitton.

Sandra Weil

"God is in the details". –Mies van der Rohe.



Top y pantalón, Sandra Weil. Zapatos, Alfredo Martínez.

alexia ulibarri / Leonora /primavera verano / 2017

alexia ulibarri / Leonora /primavera verano / 2017

Alexia Ulibarri (4o6) nació en San Luis Potosí en 1985. Con vocación para la moda se fue a estudiar en 2oo3 a Londres. Regresando a Mx hizo una marca que responde a la mujer actual, pero que además cuenta historias evocadoras y con eso construye un imaginario de diseño. En 2oo9 presentó su primera colección Dark Romance y de ahí en adelante ha hecho carrera con sus desfiles donde siempre el perfomance y la historia son protagonistas.

Desde la elección del título: Astris, Florilegia, Ana y Gertrudis, Sueño de un cuadrado, Chatelet, Daphne's Tale y Simona. Nombres y narrativas que parecen decimonónicas pero que se resuelven en colecciones vanguardistas, con materiales combinados en usos sorprendentes.

En su colección Leonora PV 2017 (4o8-4o9) alcanza un lenguaje maduro en el diseño, arriesgada, jovial, propositiva y con sentido del humor.
Pero además en **http://alexia-ulibarri.com/colecciones/leonora** vemos algo nuevo: la posibilidad de que aún cuando es una colección de rango alto, toda esta disponible para comprarse en línea.

Ese es el signo de los tiempos, y la moda en Mx en 2017 aún está en transición se puede escoger de entre dos caminos: si se pone tienda/showroom -con una renta asesina- o de plano en vez de estar con los ladrillos se escogen las computadoras (clics & brics).

Una de las propuestas a seguir es la de Andrés Catalina y Vil Vegas en la marca **Pay's** desde el 2o15. Tejido de punto con dibujos complicados y de hoy. En un principio pudo ser la ropa ideal para utilizar en un festival musical o en una fiesta trendy. Pero que gracias a su extraordinario manejo de redes les llevó a ser favorito entre jóvenes universitarios de cualquier nivel . Una marca inteligente que atiende un nicho de diseño que está ahí: el de jóvenes urbanos que necesitan prendas más de vanguardia, más divertidas. Territorio inexplorado donde en todo este tiempo sólo había puesto su bandera **Malafacha.**

Entendiendo el comercio electrónico se pueden hacer propuestas como ésta, sin gastar en el espejismo inútil de la tienda en Polanco. Y llegando a los 32 estados del país de manera inmediata. Pay's es el ejemplo del mundo de la moda que está por venir en México. Pero no son los únicos....

Tony Delfino viene de un lugar completamente distinto: el graffiti, dibujos e intervenciones urbanas que se convierten en streetwear. Al frente está Smithe, inspirados en la cultura popular para crear toques retro, aquí puedes encontrar t-shirts, bombers, hoodies, gorras, pins. Pudiera parecer una marca secreta comparada con cualquiera de las otras aquí reseñadas. Pero con **30,000 fb + 26,000 ig** nos damos cuenta que estas 'aparentemente' marcas de nicho vanguardistas, entendieron mucho mejor la idea del mercado, y en gran medida ni siquiera provienen de estudiar moda...
Así en los márgenes de lo que pasa en en la alta moda desde **Rosa Pistola**, pasando por **12crew** y hasta **Cítrico Moda**, diseñadores encuentran a un público ávido de streetwear.



pay's / poncho / 2o16 / foto: donovan quiroz / brad de la serie pay's x y - not / 2o16



2017

Así como Tony Delfino, es una sorpresa competitiva, tal vez la marca de moda mas 'desconocida' sea MERCADORAMA de Ahmed Bautista.

Hacen ropa oficial de los cantantes y las bandas. (Pero en gran escala).
Para vender todo eso crearon KICHINK!. Un día que buscaban algo que hablara positivamante de Mx, Ahmed y Anuar Layón inventaron la bomber jacket de 'México is the shit'(427).
El éxito que siguió demuestra que el futuro de la moda en Mx no pasa por los vestidos de noche, sino por la línea:
REDES SOCIALES + E-COMMERCE + PRODUCTO DESEABLE + INFLUENCERS + PRODUCCIÓN EN ESCALA.
(pero eso no lo enseñan en las escuelas de moda, URGE que dejemos de lado el que sean 'carreras femeninas' -donde sólo enseñan manualidades cursis-y que se conviertan en carreras de mercadotecnia y diseño de a deveras).

Si alguien ha puesto el ejemplo de cómo hacer nuevos caminos, esos son Axel Escalante y Omarov Aguilar. Fundaron CROM, una revista sin textos, ellos mismos la definen como una 'red social impresa'. Pero no sólo es un magazine, es una plataforma en donde fotógrafos, diseñadores y marcas se puedan arriesgar un poquito ampliando los límites de lo poco que nos permitimos explorar en nuestro medio de moda ultra conservador.
Además organizan fiestas / hacen conciertos / y se avientan a traer a quién sea de todo el mundo utilizando el super poder del internet (como la portada con el modelo Shaun Ross o la vez de Formichetti)
Tienen tienda / promueven marcas de moda/ -en el Mbfw16, presentaron un colectivo de creadores: MyQ (362-366), ApparelK, RTD -Ready to die- (419), Rcl, Bmc (Black Market Cult) y Maniphest que son dos marcas de Gdl.

En sus páginas desfilan desde Marika Vera (414) -marca de lencería de autor / Mancandy / No Name studio de Jonathan Morales / a la postura de vanguardia de los autodidactas Víctor Barragán en Ytinifninfinity (416) y Giuseppe Ayanegui en Ayaneguibrand. El primero con 25 años y el segundo nacido el 24/12/94 con 23 años.

El escape del laberinto de la soledad del siglo xxi para la moda mexicana pasa por la búsqueda de la vanguardia de Pay's y crom. Pasa por entender el comercio electrónico como hacen Compra Moda Nacional, Mercadorama y Mexicouture. Pasa por la forma en la que la plataforma de moda MBFW se adapta a nuevos escenarios. Pero exige que para un México cada vez más diverso, nuestra moda responda a esas diferencias con productos para cientos de nichos de mercado.
Iniciativas como Dmx32 buscan llevar moda a muchos territorios.
Ya no podemos perder más el tiempo, necesitamos negocios de moda que duren más de diez años, que sobrevivan a sus creadores y que identifiquen a Mx en el mundo. Empecemos por que:
¡Total, los 120 millones de mexicanos nos vestimos diario!
Y debemos usar e impulsar nuestra moda nacional. o.Ob

Octavio Paz dijo: 'Una sociedad se define no sólo por su actitud ante el futuro sino frente al pasado: sus recuerdos no son menos relevantes que sus proyectos. Aunque los mexicanos estamos preocupados -mejor dicho: obsesionados- por nuestro pasado, no tenemos una idea clara de lo que hemos sido. Y lo que es más grave: no queremos tenerla. Vivimos entre el mito y la negación, deificamos ciertos periodos, olvidamos a otros...

Para nosotros que amamos a México a través de su diseño y de su moda, usemos los recuerdos de Mextilo -y no olvidemos- para poder vivir en un futuro mejor. :D <3 xxxooo

medallón / trista homme / primavera verano 16 / umbanda * crom 13 / foto khristio / ropa @nvdd4u @marikavera / dude @shaunross

CROM



CROP TOP: @SIGNATURE BYMARIKAVERA
TROUSERS: @MARIKAVERA
JACLET: @NVDD4U
THANKS FOR SUPPORTING:
@RAFAELMICHA & @GRUPOHABITA
@KHRISTIO <3



TOP: @AYANEGUIBRAND
TROUSERS: @MANCANDY
OUTWEAR: @NVDD4U
CHOCKER: @MARIKAVERA
@KHRISTIO

@YTINIFNINFINITY
STYLED BY VICTOR BARRAGAN
MODEL/ ALBERTO PERERA
PHOTO/ ADRIANO CAMPOS

JACKET: @ARTUROTLAQUE
PHOTO: @ALBERTO.HIDALGO

TROUSERS & BELT: @READYTODIE
@PARAGONMODELM

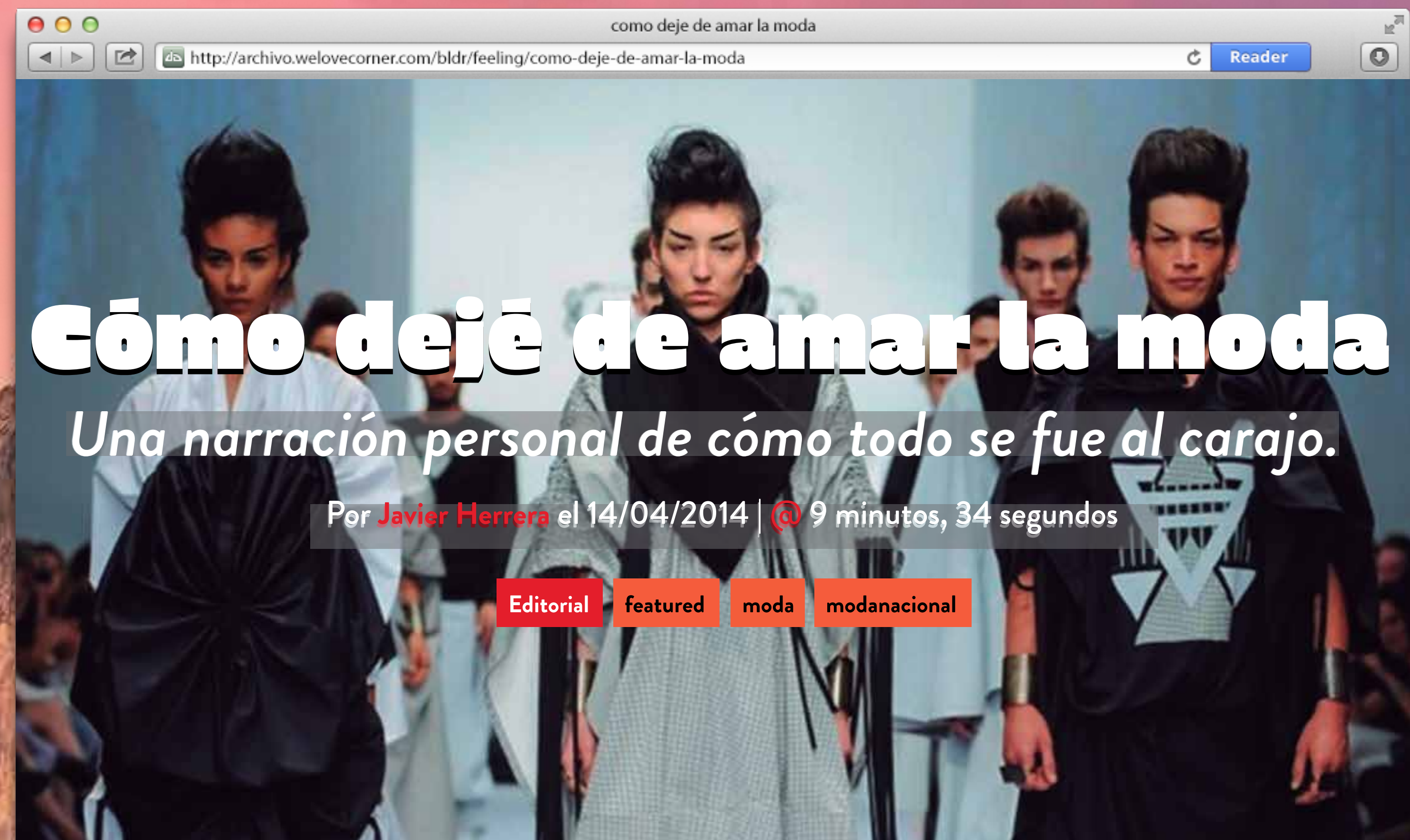


cronología de las plataformas de moda

1978 - 1981	Semana de la moda	Denisse Selznik Anna Fusoni
1984 - 1994	Salón Boutique / Primera Visión	Anna Fusoni
1998 - 2001	Días de moda	Macario Jiménez, Claudia Verdes, Michelle Ferrari Mariana Luna
2001 - 2006	Fashion Week México	KTR / José Andrés Patiño Anna Fusoni
2007 - 2010	Dfashion	Cory Crespo, Hugo Wacogne, Jorge Mondragón, Chema Torre Damián Romero Colours
2006 -2010	Mercedes Benz Fashion	Manuel Vera 2006/08 Colours
2009 -2011	IDM international designers Mx	Manuel Vera
2012 -2015	Google + fashion	Anna Fusoni Mike Alva
2013 - 2015	Nook	David Souza Johann Mergenthaler
2010 -	Mercedes Benz Fashion Week	Cory Crespo Jorge Mondragón Colours
2017	DMx32	Sara Galindo Johann Mergenthaler

+ Semana de la moda y Salón Boutique eran ferias industriales, textileras, con pasarelas.
+ Primera Visión tenía concurso/pasarelas/muestra de 8 diseñadores usando textiles de los fabricantes.
+ Días de moda: un grupo de diseñadores haciendo pasarelas con el calendario mundial de desfiles. Una agencia, KTR les dice: nosotros organizamos, ustedes diseñen.
+ José Andrés Patiño se separa de KTR y establece el Fashion Week, con Fusoni como directora de moda.
+ Dfashion hecho por Colours.
+ Mercedes Benz hace su plataforma, pero el nombre Fashion Week era ® de Patiño; contratan a Manuel Vera que está al frente sólo 4 temporadas y se va.
+ Vera inventa idm y Colours toma MBFW.
+ Demasiadas plataformas, Marcos Cherem al frente de la Canaive los exhorta a 'resumirse'.
+ Extintas, quebradas o fusionadas, al final sólo queda MBFW, cumpliendo 10 años en 2016, con formato multi-sedes y cerrando en el marco de pose la exposición de fotografía de moda Mx hoy, en el fm4c.
+ Nook inaugura el formato multi-sede. Johann Mergenthaler se vuelve director creativo de MBFW
+ DMx32 busca ser una plataforma nómada para crear cultura de la moda en los 32 estados del país
+ Google + Fashion, visionaria, es la premonición de lo que se convertirán las pasarelas en el futuro.

pedro meyer / MBFW en pose fotografía de moda méxico hoy / foto museo 4 caminos / 2016



Hola Moda Nacional,

¿Cómo estás? espero que todo bien, no creo que te acuerdes muy bien de mí ya que mi apellido no es «*Galindo*» ni «*Fusoni*» ni nada por el estilo; es más, ni siquiera trabajo en *Colours* y la verdad no se me antoja, salvo un par de cosas que hacen con el *Mutek*, el resto de lo que hacen me da igual. Y para hacerlo todo más difícil, soy moreno, no soy gay y **me gusta el basket** y eso parece no tener nada que ver contigo, así que supongo que va a ser muy difícil que te acuerdes de mí.

Sin embargo quería escribirte esto desde semanas atrás, pero supuse que estabas muy ocupada con lo del **«Fashion Week»** y todo ese ajetreo, así que preferí esperar.

Creo que ambos sabemos que lo nuestro no va bien, no quiero sonar como un psicópata que en los últimos años te ha estado siguiendo a todos lados, pero sí. No sé, creo que últimamente peleamos mucho y la verdad es que cada vez te entiendo menos. Nos hemos alejado demasiado y eso no es un buen síntoma.

Sé que en este tipo de situaciones no es bueno recordar, pero a veces me resulta imposible olvidar la cantidad de cosas buenas que pasamos juntos y el cómo de alguna manera todo se fue al carajo.

Aunque no lo creas, nos conocimos cuando yo aún estaba en la universidad y aunque desde años atrás fantaseaba contigo viendo «FTV», mi cabeza y corazón estaban en otro lado y la verdad es que de no ser por ese par de cursos de textiles y accesorios nunca te hubiera conocido.

Aún recuerdo la primera vez que estuvimos juntos en una pasarela, **«Huichol Galáctico Pop» de Sergio Alcalá**, ¿Neta? «Huichol Galáctico Pop» bueno, yo sólo intentaba saber qué estaba pasando, pero realmente no entendía; me sudaban las manos, me intrigaba ver a la gente moviendo la cabeza como en el tenis, — aunque nunca he ido al tenis— y para poder sacar conclusiones optaba por ver a los que según yo, sabían más; hasta ese momento todo era una idealización primeriza y aunque era Sergio Alcalá, todo estaba bien, fotos, modelos, música, prendas, olores, todo.

Justo ahi me di cuenta de que aunque no te conocia, ni entendia muy bien y tú no tenias idea de quién era, yo queria estar contigo.

Siempre me he considerado un tipo con suerte y gracias a ti, mi vida y mi carrera cambiaron y de pronto sin pensarlo estábamos viviendo juntos, — en mi cabeza te robé a caballo como en los viejos tiempos — estaba convencido de que nunca estuvimos tan lejos y que podríamos funcionar como complemento perfecto.

Me gustaba presumirte, hablar con la gente de ti, de cómo yo y lo poco o mucho que sabía podían volverte alguien mejor, quería que ambos creciéramos, que tuviéramos hijos y que **Mercedes Benz nos regalara una camioneta**, me importabas tanto que dediqué meses enteros a especializarme en un futuro juntos, fui al gimnasio un par de veces y me puse a dieta casi por dos semanas seguidas, todo por que quería explicarle a la gente lo increíble que eras. Para ese punto y sin darme cuenta **estaba enamorado de ti.**

Cambié de ciudad pensando en que aquí en **Guadalajara** «Capital de la Moda» todo sería mejor, estaba más ilusionado contigo que nunca, dejé a mi familia y amigos pensando que en esta nueva ciudad tendríamos muchas cosas por hacer. El espacio y la gente parecían quedarnos muy bien, parecía que aquí sí nos tomarían en serio. No lo voy a negar, ha sido en Guadalajara en donde he pasado los mejores días contigo, pero también los peores.

Fui a Nueva York esperando conocer el resto de ti, sin duda uno de los viajes de mi vida; aprendí muchísimo, pude verte con otros ojos, no se trataba de juzgarte o compararte, sino de entenderte. Quería que aprendieras mucho y te sintieras orgullosa de lo que eras. Mi corazón seguía contigo, aunque honestamente una de tus primas en Soho me gustó mucho y nos dimos unos besos sin pensarlo; ya sabes, cosas que los hombres hacemos, estábamos borrachos, no cuenta, para mí seguías siendo la persona, cosa o lo que seas más importante de mi vida.

Sí, lo sé, perdí la cabeza, estabas en todos lados, en la calle, en la televisión, en mis pláticas, en mis libros, en otras mujeres que me interesaban, en mis amigos, en todos mis bookmarks de internet, en mis revistas, en mi trabajo y quizá fue ahí donde empezaron los problemas, no por nada dicen que uno no debe de juntar los negocios con el placer y yo lo hice.

Gracias a esto —el trabajo— pude estar en un lugar que disfruto mucho, uno en el que podía hablar de ti y además me pagaban, muy poco pero bueno, eso no es tu culpa, **es culpa del PRI**. Ahí entendí que en tu caso, el dinero no tiene nada ver con el talento, pero también que por más ganas que se tengan, si no hay talento no hay nada, que no solo se trata de ser raro y exagerar, colgarse cosas en el cuerpo y «desfilar»— como Sergio Alcalá — se trata de ser diferente de verdad, se trata de pensarte, de leerte, y de reflexionar el ¿Cómo? y el ¿Por qué? eres tan importante para tanta gente, se trataba de darse cuenta de cómo eras capaz de mover al mundo y a mi corazón.

Honestamente, no se qué pasó, no quiero culparte de todo, una relación es de dos— en la mayoría de los casos— y yo no soy perfecto, pero estoy seguro de que esta vez no fueron mis celos, ni mi inmadurez lo que echó todo a perder, me niego a pensar que todo se acabó, pero ya lo dijo José José en una de sus mejores canciones, «porque nada es para siempre y hasta la belleza cansa, ¡el amor acaba!», así que, o soy un cobarde y no te lo puedo decir o tu belleza me cansó.

Voy a optar por la segunda — porque llevo meses sin salir con nadie y eso más que cobarde, me hace un perdedor y no quiero dejarte esa impresión de mí— me cansé de todo, me cansé de los que sólo te ven como un mal negocio, me cansé de la gente «importante» de la ciudad que sólo quiere ir a tus fiestas, me cansé de los «empresarios de la moda» que no le pagan a sus proveedores y que piden «copiar» los diseños de otras partes del mundo a sus diseñadores in house, **me cansé de los «bloggers» con 3 meses de vida** que solo quieren el registro para entrar a una plataforma que apoya a la «escena local» pero que no le paga a sus fotógrafos y/o usa una imagen de campaña comprada en un banco de imágenes por 3 dólares. Me cansé de las relaciones públicas, me cansé de las invitaciones y boletos de avión pagados para que la gente hable bien de ti sin merecerlo de verdad.

Me cansé de los directivos de escuelas que no soportan las críticas, porque son vistas como un algo innecesario y muy posiblemente como un detonador de «bajas» escolares y si eso pasa, ¿Quién paga? ¿Dónde esta el negocio? ¿Cómo pueden ir ellos a Nueva York y besarse con tus primas si no es de esta forma? Me cansé de directivos de escuela sin visión, preocupados por como quitarle a todos, al alumno, al maestro, a los administrativos, ¿Para qué? para comprar camionetas de la Mercedes Benz. Me cansé de directivos de escuelas que no hablan de diseño, **porque no tienen ni puta idea** — perdón mamá — de lo que significa la palabra en realidad, pero me cansé también de tus alumnos, esos que dicen estar muy enamorados de ti, que les apasiona todo — menos coser — que sueñan con ser **Lagerfeld, Ford o Gaultier** pero no tienen idea de quiénes son Giovanni Estrada o Francisco Saldaña y a quienes seguramente les dio hueva googlear Sergio Alcalá un par de minutos atrás, me cansé de sus disfraces.

Me cansé de que nunca nadie tenga presupuesto, de que todo sea intercambiable y de que lo poco que genera flujo de efectivo, esté mal hecho o sea una copia, la calidad nunca va a cambiar si nadie invierte, pero, ¿Cómo inviertes si nadie compra? y para qué comprar si siempre hay algo más barato y mejor en Zara o HM y de pronto esta fórmula se repite al infinito.

No sé si estoy exagerando, pero creo que alguien tiene que tomar una decisión y al parecer tendré qué ser yo porque — como siempre — tú nunca hablas, y voy a citar a «Anna Fusoni» porque se me da la gana:

> *«La moda padece del fenómeno avestruz: cree que con esconder la cabeza se resuelven todos los problemas. Hay que enfrentar, aceptar y corregir.»*

como deje de amar la moda

http://archivo.welovecorner.com/bldr/feeling/como-deje-de-amar-la-moda Reader

Y eso voy a hacer, aceptar que esto no va bien, no quiero que nos lastimemos más y tampoco me niego a que de vez en cuando podamos tener algo de sexo ocasional con alguna de las colecciones de **Malafacha** o **Trista**, — incluso con una de **Stres**— pero por ahora creo que debemos darnos un tiempo, no te quiero ofender pero creo que te está bajando indefinidamente y yo así no puedo.

Tal vez podamos ser amigos, pero eso no significa que podamos salir solos a ningún lado, sé que no parece pero estoy muy enojado con esto, me parece injusto cómo te has comportado conmigo estos últimos años y de Elle México Diseña no quiero ni hablar, desde que sales en un «reality» perdí toda la esperanza de recuperarte.

En fin, te voy a borrar de Facebook y dejar de seguir en Twitter, pero voy a dejar tu número sólo para «emergencias» uno nunca sabe cuando cosas como «**Lobo con piel de oveja**» me pueden regresar las ganas de aventarte a mi cama y hacerte el amor.

De verdad, espero que me entiendas, seas feliz, pero sobre todo, madurez.

Con cariño, Javier.
PD: Ven por tus cosas a mi casa cuando quieras, ya están en una caja.

SHARE

ACERCA DEL AUTOR DE CÓMO DEJE DE AMAR LA MODA:

Javier Herrera
Famoso por sus chistes malos, Founder de @welovecorner y Editor @bldrmx

Nota Prado: para 2017 'lobo con piel de oveja' marca jaliscience
por la que se hubieran echado un free... había muerto hacía un buen :(



eduardo guijosa / mexico is the shit / anuar layón ahmed bautista / 2ol7 * 428. khristio / bárbara sánchez kane / 2ol7



esta hoja
es para que tú sumes tu nombre a la historia de la moda mexicana

tu nombre____________________

que hiciste____________________

en que año____________________

¡carajo!!!!
la historia
de la moda
no puede
ser nomás
un montón
de !!!vestidos
de noche!!!!!!



pedro meyer / MBFW EN POSE FOTOGRAFÍA DE MODA MÉXICO HOY / foto museo 4 caminos / 2016



Oh Eternidad!
Ante ti nos presentamos, somos
Andonella y Gustavo Prado
¿Nos reconoces?
!no nos juzguez con dureza!
sólo somos un eslabón
en la cadena que une a
los que fueron
y los que vendrán
deja que mextilo hable
por nosotros cuando ya no estemos
la historia de la moda en México
se seguirá escribiendo

esta historia se hizo,
en México entre 2015 y 2017
en las cruces 24, entre uruguay y el salvador
cerquita del zócalo

se hicieron mil ocho mil ejemplares
nos costó
muchísimo trabajo

patronos

caminando por el valle de la sombra de la muerte, ustedes confiaron en estas locuras… enseñándome el poder que tiene ser maestro y dándome el chance de hacer esta obra, necesaria para México

!gracias¡

Diseñando México 32
Dmx32

Universidad
Jannette Klein

Maruja Norton **RM Foto** **Thoughts by JC** **enrique rodríguez ramírez** **Royal Dalia**

Daniel Díaz Rosas / Karen García Peláez / Karla Domínguez
María Isabel Rodríguez / María Videl Zeiten / Tammy Fainstein

Abril Márquez + Alejandra Ramírez + Alejandro Pérez + Carlos Emiliano Durán Díaz + Enrique Rodríguez Ramírez + Jorge Bautista + Juan Pedro Nuñez + Luis Alberto Alvarado + Omar Portilla

Alexandra Gee
Cala María Padilla
Ere Toxqui
Gabrielle Venguer
Ilse Swain
Maribel Iglesias
Viviana Betancur
Marla Volta
María Melania
Nuño
Néstor Chavarria
Vico Rodríguez

12crew clothing
Abraham Achar
Abraham Almanza
Ávalos
Abril Márquez
Adolfo Omar Parrilla
Alberto Moreno
Alejandro Cartagena
Alejandro Elí
Aleksihk
Ale Vega Aréchiga
Alexandra Gee
Alfonso Aguilera
Alfonso Victoria
Alice Gamus
Allan D. Zabaneh
Amparo Rodríguez
Amparo Solorio
Martínez
Ana Cárdenas Meave
Ana Elena Mallet
Ana Karen Garza
Andrea González
Andrea Medellín
Andrea Medina
Andrea Norzagaray
Andrea Valles
Angela Reyna
Angel Mora
Anghie Rico
Anna Fusoni
Anne Dominique Ebrard
Ara Rodríguez
Aura Sabina D
Beatriz Borges
Belén Pulgar-Figueira
Benjamín Vidargas
Bibita Ruizesparza
Brenda Posadas
Becerra-Brench-
Starkiller
Brenda Rafaela
Zamora Díaz
Cannon Bernáldez
Carla Fernández
Carlos Martínez
Rosas Landa
Carolina Berdegué
Cecilia León de la
Barra
Cecilia Palacios
Claudia Robles O
Claudia Yoe Reyes
COOLHUNTERMX
Cynthia Gómez
Daniela (freeasmyhair)
Daniela Gnz. Sendra
Daniela Helfón
Daniela Rivera Kohn
Daniela Sofía Main
Reyes
Daniel Duval
Daniel Zanco
David D'ajud
Dc Alley
Deborah Stockder
Denisse Crespi
Diana Gutiérrez Pérez
Diana Patricia
Ramírez Súarez
Diana Vega
Diane Pernet
Dolores Cortés
Ceballos
Edgar Martínez
Eduardo Guijosa
Eduardo Letkeman
Eduardo Pinet
Elian Nestel
Elizabeth Love
Ere Toxqui
Erika Said Canavati
Estefani Zaldívar
Etta Larkin
Eva Goñi Zavala
Ferenc Paczka
Fernanda Flores
Rodríguez
Fernanda Gnz Oropeza
Fernanda Márquez
Fernanda Osorio
Fernanda Rodríguez
Fernanda Sánchez
Flor Figueroa
Francisca Arsuaga
Francisco Mata
Rosas
Gabriela M. Pérez N.
Gerardo Cid
Gerardo Montiel
Klint
Germán
Nagera+Iván
Flores
Giga González
Alcubierre
Graciela Báez
Graciela Flores
Ochoa
Greta de León
Guadalupe Eguiluz
Navarro
Héctor de Anda
Irma Keever
Jair Montañez
Cervantes
Javier Silva
Je M'appelle Pam
Jessica Flores
Jimena Gar Gon Ve
Johann
Mergenthaler
Jonathan Esaú Luna
Garcia
José Manuel Prendes
Nicoli
Judith Almazán
Cítrico
Karina García
Karin Barbarita
Karla Gúzman
Karla Reyes Gómez
Kenia Gutiérrez
Larisa Tinajero
Laura Sánchez
Leo G. Modotti
Leslie Glz.
Linda Plata
Lorena Macías
Lorena Sánchez Ferrer
Lourdes Almeida
Lucero Hernández
Valadez
Lucía Galguera
Lucía Larrañaga
Luisa Restrepo
Luis Oliver
Ma. de Lourdes
Verónica Morales
Muñoz
Macario Prado
Ofelia Prado
Majo Bayo
Marcela Torre
Marc Solovjova
Margot Kalach
Mariana Alcocer
Mariana Bocanegra
Hernández
Mariana Quintana
Mariela Martínez S
Marisa Olguín
Preciat
Marko Anaya Garfias
Martha Paola
María Elena Chan
María Fernanda
Armenta Daza
María Fernanda
Quijano Martínez
María Fernanda
Rodríguez Torres
María Ximena
Hernández Golderg
Maura Ireri
Mauro Garfias
Max Granillo
Mayra Grisel
Rodríguez
Mayra Mendoza
Melania Chavarría
Melissa Fuentes
Miguel Angel
Gómez Vargas
Miguel Arsuaga
Minerva Garnica
Miros Lop
Nalleli Cámara
Nancy Estela
Natalia Andrade
Natalia Silva
Nayely Gunther
Olga Caín
Osam García
Oscar Trejo
Alcantara
Pablo Barjau
Paco a Go-gó
Paloma Favela
Paulette Zuñiga
Paulina López
Paulina Macías
Pedro Meyer
Raúl Flores Ramírez
Ricardo Rodríguez
Barraza
Sadie Trigueros
Salvador
Hernández
Sarahí Rueda García
Sofía Fernández
Payró
Stephanie Blanco
Abraján
Stephanie Sirrs
Susana Santoyo
Tamara Fainstein
Tania GaGo
Tanya Meléndez
Tere Metta
Thalía Campos
Deschamps
Vanessa Navas
Lebrija
Varenka Ruiz
Verónica Peralta
Yvonne Segura
Armand + **Atelier**
Armand
Zoila Muntane
Juárez
Zulema Moreno

Alexandra Gee / Diane Wilke / Dîbe Cachoúa / / Ivana Nienow / Jesús Muñiz / Jorge Gardoni / Lola Daniel / Majo Balvanera / Montserrat Arreola Mtz / Natalia Martínez / Pau Ayala / Sofía Sacal / Valentina Huete

Abraham Espinosa @abramcrombie + Abril Gamboa Esteves + Adriana Cabrera Ochoa + Alejandra Barradas + Alexander Lucatero + Alo Mon + Amparo Rodríguez + Ana Gtr + Analucía Coll + Ana Lucía Mena Tachiquin + Andrea Juárez + Andrea Strobl + Angelica Carrillo + Annet Alvarado de la Vega + Aranza Sofia Lara Hernández + Beto Petiches + Brenda Moreno + Carol Espíndola + Chantal Anguiano Castro + Claudia Sofia Sandoval + Criss Ángeles Huesca + Dandy Arriaga + Daniela Arce Hernández + Daniela Cordero Lozano + Daniel R. Colorado + Danny Photo + David Chimal + Diana Cuevas + Diseñadores México + Dulce María de Alvarado Chaparro + Eduardo Jiménez Román + Elisa Herrera + Elizabeth Hernández Echeagaray + Emiliano Villalba + Enrique Méndez de Hoyos + Eric Aguilar + Fatima Cabrera + Fernanda Lara + Fernanda Márquez + Fernando Watty + Francisco Torres + Gibran Ramos + Giovanna Mdc + Gis Lo Vale + Guillel Islas + Hector Vivas + Indra Yazbek Lhoman Zahar + Isa Valdez + Ivonne González + Ivonne Pinoncely + Jacob Herrera + Jaqueline Meschoulam + Javier Martínez + Jesus Jiménez + Jorge Camacho + Juan Marcos López Araiza + Karen Gallardo García + Karina Álvarez + Karla Irene Sánchez Posadas + Karla Paniagua + Katya Ocejo + Khin Segura + Ktysan + Ladxidua Pérez + Lilly Zepeda + Lilo Étolie Street + Lorena Gaj + Lucero Hernández Valadez + Lucía Arjona Amo + Lucía Bosch + Luisa Restrepo + Luly Nader + Mafo Ibarra + Majo C Dm + Margarita Esp + Mariana Ambriz + Mariana Escobar + Mariana Muñoz Moreno + Mariana Sofía O'Dogherty Palmero + Marianna BZ + Mariano Arribas + Maries Navarro + Mario Aragón García + Marisol Mora Davidson + Maru Fitzmaurice + Mary Lizbeth Pérez + María Mayoral Moreno + Mauricio Alejo + MCarcar Villanueva + Miguel Arsuaga Sanchez + Miguel Torres + Miquela Mo So + Miriam Monfil + Monica Viviana Munoz Trolle + Mónica Aline Vargas García + Natalia Torija + Nicolás Islas González + Norah Patiño + Norman Müller + Oscar Jaime + Oscar Rafael + Oyuki Collado Velasco + Paloma Lira + Pasajero / Productos de diseño + Pato Ruiz-Healy + Paulina Barragán + Paulina Jackson + Raquel Amkie + Regina Ban Toledo + Rigel Herrera + Rita Alazraki Roberto Sánchez (Robso) + Rodrigo Jiménez + Rogelio Séptimo + Rosa María De Alvaré Arenas + Roy Ambriz + Sandra Madrazo + Sara Micha + Sofia Gamiz + Tamar Fasha + Tania de Regil + Teresa Flores + Toto Martínez + Tsade Osorio + Víctor Rodríguez + Ximena Cruz Salazar

Diana Becerra / Elisa Malo / Fanny Villiers / Fernando Mosqueira / Gabriela SoEsc / Ivan Tamayo Ramos / Karina Alvarado Matteson / Landy Santana Barrera /Lucía Castañeda Garma / Marie Antoinette / Marisol Pérez Ascencio / Olivia Meza de la Orta / Viridiana Hinojosa

translaishions 2

page 311 cont.

(Amieiro) Surprisingly in 2017 the brand still enjoys a healthy presence in networks and online sales, smtg not so very common, as Mexican brands do not tend to be long lasting.

If in the '70's Max Clemente was the photographer, the one defining fashion image in the next two decades was: Carlos Somonte. We all Mexicans, have referents to his images since he is the creator of music videos of Fobia, Café Tacuba, La Maldita Vecindad. Images of Sasha, Luis Miguel are also his work. The cross-process with its peculiar color, and his photos of the subcultures of the time like the brave punks (311). And the collaboration with the avangarde designer Dhyan Pritamo and the model Analía Solomonoff (313).Showing he knew the the world scene and had the desire to expand mexican fashion photography since.



page 314

On television 'Cuna de lobos' the soap opera, and the night talk show 'Mala Noche No' are on top of all ratings. The young crowds dress with Mexican brands like 'Moderatto' sold in their own stores at malls with musician like avant-garde clothing. There was a brand of velvet fabric called JB Martin, which suddenly had an overproduction of material and they have the idea to throw a line of jeans made with colored velvets: red, yellow, orange, green. With such success they open stores under the brand 'Edoardos California'.

The Mexican shoes 'Domit' dominated the youth market with the spaghetti soles. The 'Furor products', brand of the Canedo brothers landed in a mexican adaptation of the Italian Fiorucci.

Dressed in all that fashion, the posh ones went to discotheques like the 'Magic Circus', but we, the alternative ones were hanging in places like the 'Tutti Frutti' and the legendary '9', the place of Henri Donnadieu. In 2014, Guillermo Osorno published 'Tengo que morir todas las noches'- Each night I have to die- the history of the '9' with clues and anecdotes about the fashion scene then.

On September 19, 1985 at 7:14 am a devastating earthquake struck Mexico City: an estimated 800 workshops collapsed, most of them clandestine, where thousands of women worked without any social benefits . A horrible headline says: 'No one came out alive from the Topeka brand'.' More than 40,000 seamstresses were left without work and no right to any compensation. In one side the human tragedy of the seamstresses, but the final blow to garment industry was done when soon after the market was opened to Chinese competition, first, and fast-fashion, soon after.

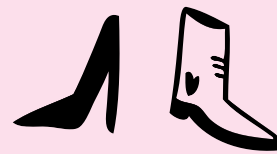
Three days after the earthquake, everything was ready to inaugurate the 'Jannette Klein' school, that had to be postponed in order of the magnitude of the tragedy. With only 24 students, Jannette and her husband Xavier Reyes risk everything to open at that difficult time.

The founding of a fashion career with a degree was decisive to professionalize the idea of design in Mexico. Besides being the pioneer school, since 2016 was nominated in the ranking of Top 100 Fashion Schools in the world. Distinction only two fashion universities in .Mx get: Jannette Klein and la Ibero.

To achieve that, three decades were necessary and also a percentage of creators who achieved success in fashion business like: Hector Terrones, Sarah Bustani, Malafacha and Francisco Cancino of the Yakampot brand, all of them students of the JK university.

Two other JK graduated, Desireé Navarro the fashion expert with pioneering research papers necessary to create a modern fashion history. (332). And Iván Aguirre, who surprisingly studied fashion to never dedicate his labor to garments and instead become one of the most talented, interesting and versatile fashion photographers in Mexico and in the world.

The issue of fashion education in Mexico has yet to be consolidated at country level, if the textile and fashion industry are among the first generators of wealth in the country, then an indicator of growth for fashion in Mx, will be when public universities, set design careers in fashion, without the prejudice that they are superficial.



page 317

When in September 2014, Vogue magazine celebrated 15 years of existence in Mx as a 21st century phenomenon, it was forgotten that it had already the experience of a past life in the xx[th] century.

An important newspaper of the time was 'Novedades' who bought a license to produce the magazine Vogue Mexico (324) from its offices in Balderas Street. General editor Noé Agudo compiled a group of first line writers: Carlos Monsivaís, Alberto Ruy Sánchez, Luis Carlos Emerich, Luis Guillermo Piazza, Margo Glantz ... the 'who is who' of the Mexican intelligentsia, generating high quality texts .

To make fashion contents, a former male model conqueror of the European catwalks, Héctor de Anda, was now in charge of generating the shootings, editorials and promotionals, and would remain in the position from 1980 to 1994, winning three Omni awards for being the best fashion editor. Spreading the national design, filling the pages as much of clothes of the big retail stores and also presenting a perspective of the national talent in clothes, the designers, the photographers and the scenarios. Vogue Mexico was a social chronique, a magazine with extensive articles in depth and a promoter of Mexican fashion.

Later on Héctor de Anda made a successful jump to the art world with an excellent plastic production and in 2010 he married Jesús Ibarra from the successful Ibarra + Bertholdo duo.

It is worth mentioning that the Omni Award created by Victor Juárez was the national award that from 1983 to 1995, the reference in the recognition of the best of fashion professionals in Mexico.

From 1986 to 1990 the magazine Vertigo of the multifaceted Manuel Zavala was the Mexican equivalent to British avant-garde magazines such as I-D, the Face and Blitz, which surprisingly appear every month in Mx. In the pages of Vertigo, you could see the avant-garde fashion proposals, from Amieiro to Lario, to even those of the northern regions like Zulema Olivares. (318-325)

In the 70's fashion occupied at full a father called Piero Demichelis and his brand Arbiter. At his sudden death, his sons Keko Demichelis and Carlo Demichelis take the reins of the business.

Keko was in charge of the sports brand Fila, and Carlo started selling in the Salón del Palacio. In 2004 he established his own house under his name specialized in women's clothing and a year later another shop, now to fulfill man's needs.

page 318

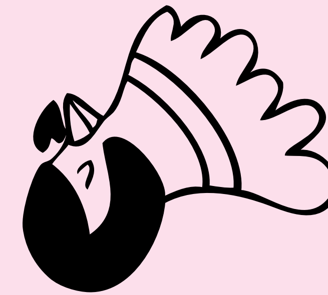
Then in the eighties the 'soundtrack' was 'The cure' and with the same hairdo and looks dance to the 'Caifanes'. The place to be was the '9'. You read Alaska's -the singer- writing in Vertigo.

In 1986 Fusoni, founds the Modapremio, contest and platform to give access to the young designers.

Fabián Vergara de Jalisco, born in 1958, presented his first collection in 1986, and only ten years later he declares himself tired of design and goes to the world of stylism, in Miami for mexican tv stars. As well as his ventures like a restaurant the 'Sueño Guajiro'.
Roberto Villarreal begins in his native Monterrey - he was born in 1966 - and becomes a promise of an avant-garde and youthful design. Making the image for groups like Magneto, Mercury and OV7, later disappearing of public view.

At the end of the decade Fusoni herself tells us how, for ONC - Oficina de Compras Nacionales -she organized a fair in which the confectioners offered their products for boutiqueras -people owning boutiques throughout the country-, and then suddenly one day the buyers no longer arrived: there were new competitors, from the Chinese to the new Zara type concept, competing with low prices and large scale production. So, hundreds of mexican confectioners went bankrupt.

The fashion houses remaining in the Zona Rosa, began moving to Masaryk, the clothing industry in crisis will give way to the idea of the small-scale designer-author that will be the way of the following decades.



page 320

People / Anna Fusoni.

Fashion promoter. By Manuel Zavala
Facsimilar magazine .Vertigo magazine 1987

If someone asked me who is the perfect promoter of young fashion in Mexico, who is the one who is in contact with the fashion world in the NY, who has worked with craft and clarity in journalism, maintaining her section named Anotaciones de Aries, who is the Promoter in search of the true talents, I would answer without a doubt: Anna Fusoni, who along with Armando Zenteno manages O.N.C. Office that is unique in our country. An organization dedicated to promote an infinite number of customers from all over the country of what is produced in fashion, working as a club and like its 700 similar ones existing in the American union, offers an excellent service on what the Boutiques and shops in the city and province demand.

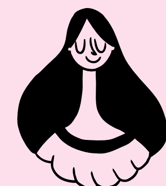
For Ms. Fusoni there are, among fashion makers, three categories:
First, innovators, who are responsible for breaking with the canons of established fashion and rather by intuition and aesthetic sense, launch new proposals usually in accordance with what will be designated as fashion zeitgeist.

Two, the creators, who at first were innovative but now have a solidity and consistency that keep them in the limelight with a defined style and always bringing something new. For Anna Fusoni these are the most important.

And lastly the designers, who are people with a long career and a prestige already firmly established but do not necessarily contribute with nothing new to fashion but, rather, are dedicated to follow the currents and trends to maintain their place and prestige.

Of course, the capacity for recreation in fashion is as important as another type of proposal, since it allows us, invariably, to know the possibilities of a trend.
When asked about the new talent that the fashion world currently has in Mexico, she told us that for her, the people who are doing the most important and interesting things are: Alfonso Peregrina, Ramón Herrera, Liz Kena, Javier Lario, Miguel Angel Soriano and Miguel Ángel García.

Anna Fusoni is responsible for the organization of Salon Boutique and Primera Visión, important events of fashion in Mexico, since in those places is where new talents are revealed.



page 326

Neo - Mexicanism

was the name of the artistic movement 'par excellence' in 1980's Mexico.

By the time of Don Porfirio a popular expression had been forbidden: the murals in the pulquerías. Then, at the triumph of Revolution, in the new art identity construction with Vasconcelos, Best, Diego Rivera & Co., being able to paint murals within National Palace, was a declaration of the return to the popular, the authentic expression of national soul and values.

At the triumph of their artistic vision Rivera, Orozco and Siqueiros declared: There is no more route than ours. Until, a group of artists in the sixties -the same ones declaring Zona Rosa- said they had to abolish the 'Curtain of Nopal' and make an art of Ruptura -breakin'. In order to look abroad to seek better forms than the nationalists ones.

That struggle, has been the Mexican art rhythm ever since. After the Ruptura, came 'the groups' in the 70's and then 'neo-Mexicanism' and finally everyone became conceptual in Mexico... 30 years ago ... (yawn!)

This art struggles make ripples in the surface of designs and fashion - although there is almost no research on it -. If the 'Big Three' dazzled with their weight, other three Best- Covarrubias - el Chango opened the door to another notion of nationalism. And focusing on Valdiosera - Chatillon - Valdés Peza, they spoke within a parallel line to art, and in fashion, with the same problems and the same identity construction.

In 1946 an American artist Ad Reinhardt, jokingly, made didactic explanations about what it was, and how to understand art. In "How to look at modern art in ..." he says that the whole trunk of modern art is based on Braque, Matisse and Picasso, with roots in Van Gogh and Gauguin. Then, one of its branches was divided in abstracts among them Mondrian, Léger and even Duchamp. And another branch rotten and broken by the weight of a bunch of clogs, was the social-surreal.

Of this branch hangs: the artists who only create to participate in contests / those that make art only because 'subject matter' / and surprisingly for us: mexican art influence ö.Ö

If we apply it to contemporary fashion design, it marks very well those three dangers: you can participate in contests but it should not be the your only reason to create / totally ineffective are those collections + lost in the narrative + being neither practical nor attractive, + not following trends + in which only the 'subject matters' / and particularly the necessity to move away from the folklore loop to explore new incarnations of the identity.

Not in the 80's but in 2017, one of the most interesting designers solving this equation is Ricardo Seco. Originally from Torreón, Coahuila, he started a business career and then risked everything in search of fulfilling his vocation in fashion and presenting his first collection in Mx. in 2002. Immediate classics such as the New Balance sneakers covered with Huichol plots and drawings, catapult himself to be the only Mexican presenting at the Fashion Week in New York and attending events such as the Global Fashion Capitals exhibition in the Fashion Institute of Technology FIT in New York, along with Carla Fernandez in 2015.

His collection 'Juntos Together' of 2017 in which the national symbols, the founding phrases of Benito Juárez, and the encounter of the colors and the blazons of the United States and Mexico makes an intelligent design exercise. His work demonstrates something we are forgetting: Mexican identity is also a melting pot. That can not be sheltered, isolated or walled but has to become something alive.

That same message is Mextilo's theme: let's understand the past, to create new identities through fashion. : D



page 332- 333

In the 90's she studied fashion in the Instituto Superior de Diseño y Moda Jannette Klein, and even when she presented some runways and was at the helm of her boutique Cybele presenting international brands, she was captured by the media, the fashion critique and social commentary. Desirée Navarro writes for newspapers like Excélsior, Universal and Reforma. But also she was on television for Azteca Tv, Televisa, Cosmopolitan tv, etc.

We must thank her because she has been a pioneer in the modern investigation of the history of Mexican fashion. Through several efforts: In the year 2004, she publishes 'La historia de la moda en México' - 40 years to its maximum expression. -The history of the fashion in Mx

Surprisingly, the format is in 2 Compact Discs, narrated by herself. There is no any image. In the booklet along with the discs there are a series of timelines speaking of Mexico and the world context at the same time.

At both times a count of brands and designers, as a social chronicle, narrated in several lines from the political life of Mexico, to those being the wealthy customers of brands and designers. Beginning in Chatillon and ending in the 1990's. Only 15 years later, when CDs are ended, and it is truly difficult finding one fully functional, technological obsolescence makes the project its prey.

This compendium deepens in time, some decades more, to tell the story of the pioneers Valdiosera, et al. Which had not happened in her previous project: 'El libro de la moda mexicana' of 2002. - The book of mexican fashion-. This a recount from the sixties on, organized in alphabetical order and containing celebrities related to fashion in the fields of: photography, styling, makeup, modeling and of course fashion design.

Since it was published at the very beginning of the xxist it became an excellent account of the nineties, with fresh information and biographical data in the presentations. In the book stands out many designers like: José Luis Abarca, couture designer originally from Guerrero where he was born on June 21, 1955. He worked for beauty contests and the world of show biz. César Franco, born in DF, on 6 /1o/1948 and who sadly died on 15/12/2o1o. He was one of the initiators of the Topeka brand, which had a great success in the 70's. (294) He came to have 4 stores with his name, & he is remembered for been in charge of the Mexican Institute of Fashion.

The northern, the 'regios' like Marcelo Ríos and Ramón Guerrero. Then the disciples of Manuel Méndez: Ricardo Reyes and Blanca Estela Sánchez. Reyes with fashion studies at Jannette Klein & Saint Martins, sold his collections in the 'Salón del Palacio' and then devoted himself to teaching and academics. Blanca Estela had her Estudio de Alta Moda at the fancy Condesa neighborhood, and she made collections in all kinds of clothes from lingerie to evening dress.

María Rosario Mendoza, with the Takasami brand a 'Casa de moda mexicana' from Guadalajara. When she made the costumes for the Pan-American Games for Guadalajara 2011, she won an Emmy Award for Best Special Event Costume.

Those same fashionable strokes emphasizing 'Mexicana', is at stake in what happened in the London 2012 Olympics, when people criticized the Mexican national team uniforms by Armando Mafud for being too folkloric. But they were far more suited than the Hugo Boss uniforms in our delegation for the 2016 Rio Olympics. Mafud had a great growth with his brand in the 90's both in Mexico and internationally, even appearing at a catwalk in the Louvre in Paris. Born on July 26, 1947, as a celebration of his 36th year anniversary of his creative pursues, he published the book 'Por siempre México' in 2016, expressing his very Mexican style.



page 334 -337

El libro de la moda mexicana

Desirée Navarro 2002 Facsimilar book

Ernesto Hernández

He studied fashion design at the Instituto Superior de Diseño y Moda Jannette Klein in Mexico City. Subsequently, he taught there various subjects. His professional experience began working for the Mexican designer Héctor Terrones. In 1996, he worked in fashion coordination for the newspaper Reforma, one of the most important communication spaces at that time. The following year, he joined the coordination team of Fashion International view, a national Student Fashion Congress. It was in mid-98 when he launched his first collection aimed at urban-cosmopolitan man. With the passage of time, he expanded his lines into underwear, sports, casual and formal through small productions. His working process is quite versatile, as it guides the service to its clientele from made-to-measure garments and is complemented by a ready-to-wear collection which in turn is divided into a basic line and a much more innovative one. His brand appearances in specialized media positioned him as an avant-garde designer with a style that definitely inclines towards the taste of a consumer with young spirit, although individualistic in their preferences. However, the essence of his creations follows the global trends of fashion. As a designer he rethinks the codes of men's clothing. His constants: the innovation of the traditional use of the textiles and materials which he uses. And the revelation of black, either subtle or radical, as a starting point for the creation of a whole look. In 2001 his career reached an important step: the presentation of his collection at an international level at Vancouver International Fashion Week. That same year he won the Tactel ® 4a Dimension as the most renowned designer revelation for men.

Ernesto Hernandez was born on October 24, 1971 in León, Mexico. FP: FPA FT: Edgardo Contreras.

Izet & Hazel Baeza

Hazel Baeza studied fashion design in Mexico. She settled in Milan x 4 years where she get a Master in design in Domus Academy obtaining honorable mention. Since 1997, she has been based in Zurich, Switzerland, where she created the Espacio Aura, her headquarters to project and promote the collection to various cities around the world. She speaks five languages. Izet Baeza studied at the Universidad Iberoamericana in Mexico, at Domus Academy in Milan, as well as in Switzerland various courses related to experimentation and textile design. She has worked in domestic and foreign industry (mainly Switzerland, Germany and Italy). Since 1998, she has been part of Aura's textile production and its promotion from Mexico. For Hazel and Izet, Aura is the atmosphere that surrounds and comes from a person or thing. What we carry, how we live, how we express ourselves is the atmosphere that each one projects, our Aura. Together with Aura have participated in events around the world. They have exhibited in galleries (Swiss Institute Gallery, NYC, Heimatwerk), museums (Bellerive Museum, Zurich; Carrillo Gil Museum, México), shows (Fashion-Milano, Blickfang, Stuttgart, Talent Münich, Swiss Expo 02, Biel, Festival del Centro Histórico México), artistic and design shows obtaining diverse prizes and recognitions in their home country and abroad.) Their creations are exported successfully to Munich, Stuttgart, Paris, Lyon, Provence, Milan, Bologna, Rome, Padua, Brescia, Tokyo and Osaka to mention just a few sale points. Hazel Baeza was born on June 8 in Mexico City (1968). Izet Baeza was born on January 7, 1972 in Mexico City. FT: Eliane Ruishauser © FP IZET: José Diego Gómez FP Hazel: Oliver Walkhoff ©

Sarah Bustani

Sarah Bustani has a degree in fashion design. She studied at Jannette Klein Fashion Design School in Mexico City and at the Fashion Institute of Technology in New York City. She started in the field of clothing making costumes for theater, which to date

keeps her in a constant study of the history and evolution of fashion, knowledge that opened her the doors to collaborate in the costumes design for tv programs and soap operas. In 1992, she developed her first independent collection under the brand 'Nasty Casual Wear', sold in boutique chains throughout the Mexican Republic.
In 1995 she launched a modern youth line, elegant and with the highest quality materials, which is distributed in department stores such as: Liverpool, Palacio de Hierro, JC Penney, Etc., consolidating itself as a brand and achieving great acceptance in the youth market. As of this year (2001), the catwalks in which she presents her collections, cause great expectation within the fashion insiders for its spectacular montages and productions.

She is considered the designer who best handles the fabrics containing elastane by the brand Lycra, as she takes full advantage of the qualities of this fiber.

The comfort, ease and movement that her garments project, put them at the forefront of fashion. In addition to her clothing line, she designs the image and costumes of different actors, actresses and singers like: Thalía and Lucero.
In 1997, she joined sentimentally to one of the most important comedians and Mexican actors of the time: Eugenio Derbez, achieving a dumbbell demanded by the press and the media. In May 1999, she started her line of bags at Expo Modama in Guadalajara and Sapica in León, Guanajuato, surpassing all sales expectations. Her firm continued to gain strength in the late 1990s and early 2000s with the opening of her own stores in the best shopping centers in the country, counting to date with 17 boutiques. Her never ending creativity and talent opened the door to foreign markets such as the United States and South America, where she aims to consolidate her brand and style. In 2002, she is considered the most renowned Mexican designer. Sarah Monter.
She was born on January 31, 1965.
FP:, FT: Adolfo Pérez Butrón

Héctor Terrones

Considered a pure maximalist, Hector Terrones is one of the most controversial designers of contemporary Mexican fashion. The women of society and the spectacle soon become the recipients of his creations. In the 90's he refined his style, characterized by the constant mixture of baroque, Victorian, medieval and Renaissance elements. At the beginning of the new century, Terrones intends to open the path of Mexican fashion towards the rest of the world and actively participates in new markets such as: Paris, Madrid, Medellín, Bogota and Miami. He graduated from the Instituto Superior de Diseño y Moda Jannette Klein, began his professional career coordinating the licensing department of Halston and Guy Laroche in Mexico.

In parallel he got involved in various aspects related to fashion as accessories designer, coordinator of catwalks and professor of various subjects.Where he achieved a strategic network of contacts that later on would take advantage to position him like one of the most overwhelming designers of his country.

His tireless decision to distinguish himself and succeed in Mexico's underdeveloped market in the late 80's and early 90's was confirmed through his constant participation in national and international catwalks, beauty contests, exhibitions, radio programs, television & written media, becoming one of the most active characters in his field. In 1996, he established the high fashion studio that today takes his name and extended his lines to: brides, haute couture, footwear, prêt-a-porter and jewelry '18 kts. + Diamonds'.

The sensual, glamorous and sophisticated costumes, with the constant use of the corset that characterizes him, is based on three principles: art, style and functionality. Thus determined a model of hegemonic femininity in his time. Héctor Terrones was born on November 9, 1966 in Mexico, D.F. FP: Adolfo Pérez Butrón FT: Sascha Bröse

pages 334 - 337

Inserts below facsimilar pages

The end of the twentieth century had a fashion structure in which each designer organized their own events without the current platforms. Invitations were sent by snail mail, there were no social networks. And that impacted on the way to capture the attention and imagination of audiences.
Two decades later, how can one quantify the existence of designers of whom there are no references or who chose to dedicate themselves to other things?
In 2017 a fashion brand like Sarah Bustani, although apparently does not have the brand presence that had at first still has 50,000 followers in facebook, online sales and her own website the same as with 80's Wanda Amieiro.
In the other hand Izet and Hazel Baeza being a multi-brand at the time, have no reference in the networks, which is the same case of a major designer as Gene Matouk, of him there are no digital memories, only digital oblivion.

In the case of Ernesto Hernandez he had an active career with stores in the Condesa, first making work in men's fashion, presence on catwalks, and later changed residency to take action in such diverse areas as teaching, production, sales, catwalks organization and even a congress Espacio Moda 2017, all in Cancun, so revitalizing his presence and endorsing the value of his continous creative endeavours.

A parallel fashion is drawn from Julio Chavez to Hector Terrones, passing through the designer Mitzy, that of the maximalist excesses that attended the world of show biz and that in Mexico was an important market in a world in which the great Tv channels dominated the entertainment industries achieving imaginaries in which people ended up using fashion from the aesthetics of 'las estrellas', but that underwent a great change when, with the internet, the way in which people have fun and conceive fame was radically transformed.

(Mitzy) Jorge García Cárdenas came from a family of very humble peasants from Michoacán who came to México city. In a fortunate stroke he began making clothes for a friend who would become a famous transvestite 'Francis' and from there, made the necessary connections to establish his brand Mitzy, with milestones like the wedding dress of Thalía, or the costumes of Verónica Castro. With branches in Zona Rosa and in Beverly Hills, one might wonder if the adjective: fashion, is not much better understood in Mexico in syntony with his creations than the one of high fashion for the grand mexican public.



page 338

In a time where soap operas -telenovelas- capture public imagination - Alcanzar una estrella, María Mercedes, El premio mayor -. In an age where in music, infamous aesthetic abhors like Ov7, Kabah, Anahí and Fey sounding with predictable and despisable rhythms, the mainstream took possession of the popular imagination.

In contrast, the nightlife moved from the established discos to raves in houses and grounds, and fashion sought ways in which through performance, there was an attempt to create alternative fashion imagery.

Martín Rentería (12/20/65) is a designer. At that time he combined the idea of action art with fashion, presenting himself in artistic forums such as the 1st Performance Month Festival at the Museo del Chopo, organized by Prado in 1992.

With the same interests in mind Cristina Faesler founded in 1992 Control Bureau, an agency that made artistic and cultural projects, and then organized in 1997 the event Modas Terminales, ojales apocalípticos o los dobladillos del caos. And in 1998 Modas de Juguete ... de hilvanado nacional y corte universal... o lo que es lo mismo... tengo una muñeca vestida de azul. Events that through convocation sought the creation of experimental garments, art for the body. Being presented 1st in the Metropolitan Cinema and 2nd in the University of the Claustro de Sor Juana. Both visual artists, theatrical artists and writers, from Maris Bustamante to Leonora Carrington and Martín Rentería himself mixed with those who would be known as fashion designers like Julia and Renata Franco or Cynthia Gómez, judged by cultural personalities including Anna Fusoni.

The curator Pancho López had a similar proposal from 2002 to 2013, first at the Museo del Chopo with an alternative fashion show called 'Modales' catwalk of attires made with unusual materials such as seeds, wire, videotapes, candy, electric cables and paper, among others, where art were incorporated into the world of fashion'. And then in the Teatro de la Ciudad emphasizing the artistic side, with .modales. After that taking into academic instances in 2015 with an under degree in San Carlos / UNAM. Quite interesting since the University does not have in its curricula studies in fashion although it flirts with the subject from time to time.

It is worth highlight the three editions that have been organized in the same Academy of San Carlos by the professors Claudia Cano Mariaud and Alma Martinez since 2014 and have taken to the campus an academic discussion about fashion in a collaboration of the FAD -faculty of arts and design- with other institutions such as the Ibero-Americana university and editors, designers, photographers, etc.



page 342

BOUTIQUE

From 12/13/2000 to 03/18/2001 the Museo de Arte Carrillo Gil south of Mexico City, presented the exhibition 'boutique', the first show about fashion presented in a mexican museum curated by Ana Elena Mallet. Stubborn, she insisted and was able to produce the catalog although it was presented two years after the show conclusion.

At the time the museum director, Oswaldo Sanchez was hosting there, forms of expression non traditionally included in the official art canon. This exhibition sought to provide a theoretical approach to the creation of fashion, presenting an overview of what was done in the 1990s by Mexican creators who have worked the same in Mexico as abroad and who, through their garments, have managed to offer their consumers a tool of identity, a particular lifestyle and above all glamor and entertainment.

For that, 9 brands were summoned, which were actually 11 designers because Alessandro Alviani and León Felipe Romero were in duet, as were Julia and Renato Franco and Izet and Hazel Baeza.

All Mexicans, all born between 1964 and 1972 -and by that time all around thirtysomething. - Of the others, Macario Jiménez, Néstor Osuna, Cynthia Gómez, Mauricio Olvera, the collective Zaino as well as Héctor Mijangos, completed this generation's portrait. In the catalog, it is stated that two years later 'almost 3/4 of the participants in the sample, went out of fashion and dedicated themselves to completely different things: organizing corporate events, managing their brands, designing accessories and furniture'.

At that time, 2002, Cooperativa 244 was founded in a nascent Condesa, in Amsterdam St: '12 designers - Maria Rosa Manzini, Adriana Olivera - the Pájara - who came from the world of theater, Fiorenza Cordero whose accessories are works of art, Claudia Suinaga graphic designer and former student of jewelry in Florence, Sofía Massün who studied fashion design in Barcelona, Malena de la Riva one of the most sought after stylists for cinema and ads, Tamara Cruz, Ximena Fernández, Rowena Morales who specialized in jewelry in England. Genoveva Álvarez, daughter of Manuel Álvarez Bravo, who weaves each of her pieces by hand ... Carla Fernández, art historian and social fighter, who works with indigenous communities and creates syncretism between ethnic and modern fashion. Some likes the silk & other the polyester. Some works silver.

Other prefers plastic... The point is there is strenght in diversity'. All of which, once again, will not continue with their fashion activities in a huge percentage and the one with the biggest draw was only Carla.

At that time the fashion platform of the late twentieth century was 'Días de moda', which became 'Fashion Week' merged with other platforms and at last ended as we understand today the 'Mercedes Benz Fashion Week' which just turned 10 Years in 2016.

As a colophon, the catalogue made the forecast that in the next century, with the phenomenon of globalization 'would not be rare that in a few years Mexico could have a prominent role in creation unto the planetary fashion.' In the tenor in which Colombia and Brazil had already taken steps to achieve internationalization. At 17 years of the beginning of the 21st century, this good will is still under construction. :S :O #maybesomeday #hopeilive2seeit

pages 344 -345 / 346 - 347

B O U T I Q U E

facsimilar book pages / Ana Elena Mallet / recuento de una exposición / Museo Carrillo Gil 2002

Macario and the image conversion
By Daneé Salazar

Do not lose sight of the shape and highlight the whole silhouette, it seems to be an excellent strategy. For Macario Jimenez, a 33-year-old Mexican designer, is the formula that gives life to his proposal, one that does not take away the eye of the image, which does not forget the basic principles of fashion: make the clothes hanger looks terrific. Since his very beginning, Macario has shown a generous ability in the handling of fabrics, always looking for the creation of textures that, regardless of the type, manage to create glitter, satin and a perfect set of colors. The mixture of these ingredients, always renewed and insinuating, makes each collection owner of an air very sensual and feminine.

Then his immaculate and simple line, while sophisticated, makes the dress fit, gentle and affable to the body. And is then, when the garment is sublime, able to transform the silhouette (improving it), it is when fashion as the premise of a dress became the adjective in everyones lips, or the goal that the designer has always had in mind: make your clothes a must in every wardrobe.

But the singular thing about Macario is the way in which ideas come to create something new and transform it into clothes. Inspiration?

The designer locates everything that causes a feeling through the vision ... that goes beyond the fashion, is located in daily life, especially in the movement of the city, along with its social hurries. At this moment the ideas become images, these take the form of a garment and the rest is history.
With his delicate and minimal style, Macario Jiménez is one of the few Mexicans to have crossed the border successfully. He has shared a runway with Carolina Herrera and recently participated in fashion week in Belgrade, Yugoslavia. The Tapatio -from Guadalajara- designer made his fashion studies at the Marangoni Institute in Italy.

1 Picture of Ricardo Trabulsi
2 Photography Javier Hinojosa

Magic threads ZIN By Cynthia Gómez
Text Fernando Toledo

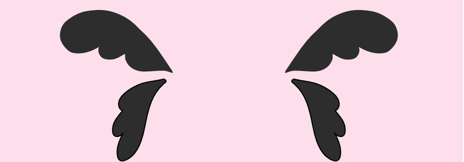
Since immemorial times knitting has been present in the history of fashion. And there is something magical, handmade and cozy in all the woven, quilted clothes, like a baby's blanket. Masterfully leaving the hands of craftsmen of ancient and contemporary magnificent factories. There is something soft, ethereal and beautiful in the creation, conception and development of any garment made with this method. The purl always on point.

In Mexico, the tradition of pre-Hispanic and colonial looms represents a colorful custom, a millennial office that understands design and sweat, anguish and pain. Still living in striped rebozos, colorful skirts and beautiful flowers, and still found in placid villages of the Mexican province and on the threat of the thousand migrations to the great capital.

In this way, the point is expanded and results common in Mexico for several decades. Just remember the Don Regino woven vests of the Familia Burron -a mexican traditional comic- or the various garments such as vests, used by the Hermanos Soler -(imagine in Mx we have five James Stewarts and all are brothers)- in their different naive films. What do they said about Pedro Infante in Pepe el Toro? In the seventies, the use of the point extends and reaches the bulk of mexican peoples.

Who has not seen a green sweater in V going back to school days, to smiles, to Mexican childhoods? Who does not remember Grandpa's open sweaters? Who has not had a turtle neck sweater and once adorned with a sign of love and peace? And yet in the nineties, even when it was counted [...]

1, 2 Photography Javier Hinojosa



page 351

In Spain Francisco Franco was the dictator from 1936 until his death in 1975. Once disappeared, the Spanish society had an explosion that was known as 'La movida' and was fundamental to break with the outmoded schemes and taboos of the society of the past .

In Mexico, the year 2000 began with incredible promises. Finally, after 75 years, the PRI government was over, and the whole country was waiting for a peaceful transition to a totally different world.

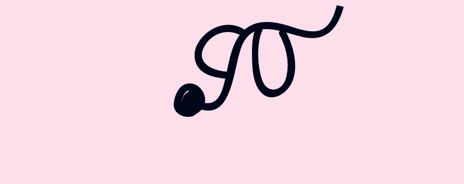
Paradoxically the vast majority of the population remained covered in clothes and minds of the same conservative fabric. And missed the opportunity to have a boiling revolution like the Spanish of the eighties, but in the Mexico of the new century. There was a spark, a couple of years later by a group of young people known as 'Las modernas' in colloquial speech, who almost did it, but apparently did not find a suitable medium for a social experiment of this magnitude.

At the beginning of the century, Harper's Bazaar Mexico came to the real age majority, and to celebrate its 21 anniversary, they launched a special issue to analyze what was Fashion in Mexico. It was October of the year 2000. In Mextilo the film (Prado, 2014) Ana Elena Mallet mentions that she spoke with the magazine and knowing that at the same time she was preparing the 'Boutique' exhibition, she was told that 'there was no Mexican fashion, that they had to make the note, but there was not real clothing production and that it had been problematic -to say the least- to be able to get the group together.

When looking at the photo of this generation you can wonder if it is not a summary of the 20th century more than a forecast of the future that was to become, because almost 20 years later, as it became customary, the great majority of people changed their turn, or even died as in the case of Manuel Méndez and Gerardo Dragonetti, or went into other random enterprises.

Still, creators like Cynthia Gómez (346, 347) and Macario Jiménez (344, 345) repeat from the list in 'Boutique'. Later she will perform well in academia, teaching and her own home accesories branch. And him in the creation of his collections and proposals. In the case of Mijangos his space of creation went to the digital with a musical initiative: Noiselab.

The case of Víctor Alfaro being the brightest promise of those years is symptomatic. Born in Chihuahua, he went to the United States to learn English and finished his studies at the FIT in New York. By the mid-1990s, the magazine's W celebrated him as the most interesting of a generation that included Isaac Mizrahi and Marc Jacobs. His successes earned him the Perry Ellis Award for Best Emerging Talent in 1994. With such impetus that an Italian brand partnered with him, in an unfortunate business relationship that sent him to a relative retirement until he was able to buy back his name and brand, presenting a collection in 2014, after a decade away from the runways. The garments in 2017 look sophisticated, the result of a complex design process, and after the hiatus, the adaptation curve, is surprising to see he has a great vitality in social media, with an instagram of a nourished tens of thousands followers. So after all, Alfaro is rising and building a brand ... still.



page 352, 353

Harper's Bazaar Mexico 21st anniversary issue (facsimilar magazine)

with kind permission of Harper's Bazaar

It is a whole universe, with achievements, shortcomings, a good dose of gossip and a lot of talent. In it creators, chroniclers, photographers, models .... Everyone plays their role and brings their own vision. Here is a snapshot that pretends to portray what is happening - at this moment in which the country lives an authentic social, cultural and political boom - in Mexican fashion. This is only a first approach. Many names are missing, many places - and many pages! Our intention is to open a door from which you can see inside that fascinating and complex world. The story continues to be written, and next year you will see new faces and new talents here.
Photo: Edgardo Contreras.

Manuel Méndez

He is nothing less than the dean of fashion in Mexico. He was born in the DF -Capital District- on September 12, 1930 and he is as active as ever. "When I started, in Mexico there was not a single school of fashion design, so I studied accounting. I am not ashamed to say that I learned to design by copying the models of the magazines ... This was for seven years, learning on my own, until in 1968 I felt ready to launch my first collection.
Favorite designer: "At the moment, who I like the most is Pierre Cardin, because he is very innovative and has his own style with which I identify myself."
Sources of inspiration: "I am inspired by the tendencies themselves, and by my clientele".

Something very intimate: "Someone once told me that I had an angel. I always get up at seven in the morning because something enters my house ... will it be my angel?
Where he sells: in the Palacio de Hierro.

Víctor Alfaro

He is the Mexican designer in the major fashion leagues. That is why him occupies a special place in this delivery. He was born in 1965, in Mexico, but has lived in New York since 1981. He graduated from the Fashion Institute of Technology. He was an assistant to Mary Ann Restivo and Joseph Abboud, until at the beginning of the 90's he settled - more than successfully! - on his own. The co-owner of Cafeteria, a fashionable place in Chelsea, has an affordable line, VIC, and is still one of the best friends of the top models Amber Valletta and Shalom Harlow.
His beginnings: the first collections received excellent commentaries of critics like Ricky Lee, Woody Hochswender and Amy Spindler (of the New York Times). Bridget Foley (of W magazine) suggested that he could be the heir of Oscar de la Renta and Bill Blass. In 1994 he won the Best New Talent Award from the Council of Fashion Designers of America.
His style: of a provocative simplicity, with dazzling night and cocktail dresses, perfect for the most chic New Yorkers. He is distinguished by the balance of cuts, textures and colors, by its perfect shape and details as sensual as sophisticated: skin, transparencies, necklines.
His inspiration: the feminine body, exalted by his designs.
Designs for: a sensitive woman, without a specific age, but who appreciates luxury and quality, and has a decidedly modern mindset.

page 354, 355

Sarah Bustani

She was born in Mexico City on January 31 of a year that she does not want to reveal for the moment. Study tourism business administration, then fashion design at Jannette Klein, and production line at the Fashion Institute of Technology in New York. "When I went to buy clothes I did not find anything, here in Mx,

everything came a year later. I started designing with the aim of filling that space." She began working in fashion in 1992, and launched her first collection signed with her name in 95.
Favorite designer: "I love Galliano"
Sources of inspiration: "The needs of women today".
Something very intimate: "If I'm not in love I can not design".
Where she sells: in Liverpool and in the twenty stores that take her name throughout the country.

Keko Demichelis

Born in Mexico City on October 3, 1961. Keko studied architecture, but practically grew up in a factory because his father had a textile and clothing industry. When his father died, Keko was barely 20 years old, but he had to stay in charge of the company. Hence his interest in design. His first collection was launched in 1985, and then El Palacio de Hierro began selling his clothing exclusively.
Favorite designer: "It depends on the different moments".
Sources of inspiration: "Inspiration can come at any time, the problem is having your eyes wide open to find it."
Something very intimate: "I think I've been very honest with my work, and that honesty has sometimes brought me problems with certain stores."
Where he sells: in his workshop, by means of appointments, to 5531-3781; In Playa del Carmen and in Cabo San Lucas.

Malena of the Riva / No. 71

She was born in Argentina on July 12, 1971 but as a child she went with her family to Mexico. She studied graphic design at the National Institute of Fine Arts and then fashion design at Jannette Klein. She always wanted to have her own clothing line, so for six years she dedicated herself to costume design for film and television. With her savings she was able to launch her line No. 71 that was born in February of this year.
Favorite designer: "Issey Miyake, more than a designer, an artist. Their garments are architectural pieces, with structure, texture, color and culture. It's very interesting."
Sources of inspiration: "In this last collection I was inspired by the graphic and geometric."
Something very intimate: "Music is the engine of my life".
Where she sells: in her showroom (Nuevo Leon 148-7, Condesa, Tel. 5211-8805)

Cynthia Gómez / Zin

She was born in Mexico City on November 21, 1973 and studied fashion design at the Jácome Higher Institute of Design, Satélite. Then a bachelor's degree in textile design from Universidad Iberoamericana, a diploma in administration and marketing at Instituto Tecnológico de Monterrey and then took specialization courses at St. Martin's School of Fashion in London. She debuted with Zin in early 1997.
Favorite designer: "Thierry Mugler, a genius you must pay homage".
Sources of inspiration: "It depends on the collection, but I never lose sight of my consumer."
Something very intimate: "I love poetry, especially the Chilean Vicente Huidobro, and art in all its expressions."
Where she sells: in Liverpool and Sears; And soon in Canada. Also to the telephone 5357-0415 or in www.zin.com.mx

Héctor Mijangos / WWT

He was born in Mexico City on June 20, 1962 and studied systems and computer science at the Universidad Iberoamericana. He started making his own clothes because there were no clothes he liked. In 1988 the Paralelo Catorce brand was born. In the early nineties he created the line Revolucion 1910, which was sold in Europe, Asia and the United States. About three years ago WWT was born, "a concept that applies technology to clothing with new cuts and materials, dismantling parts and a different packaging".
Favorite designer: "Francois Girbaud, the most revolutionary in the world".
Sources of inspiration: "Everything I've lived, music, cinema ..."
Something very intimate: "We have an electronic music recorder called Noise Lab, we are managers of almost every DJ in Mexico. Also an internet company called Synthetics, where we do, for example, web pages".
Where he sells: in all the departmental stores of the country and soon in Japan, the United States and Canada. It is also about to open four WWT stores in Mexico, Guadalajara, Monterrey and Puebla.

page (354, 355)

Macarena Gutiérrez

After posing for the photo with the designers, Macarena flew to Spain. As you can imagine, our attempts to do this interview were unsuccessful. But Macarena is a designer who does not need many presentations, because her swimsuits speak for themselves. Proof of this is that you can find them in any of of Victoria's Secret stores, she is under contract there. At 43 years old, Macarena continues with the eye well put in the avantgarde. In addition to practicing as a designer by almost two decades, this Spaniard born in Linares in 1956 and settled in Mexico for more than ten years, is a publi-relationist and knows how to fly an airplane. (you read well!) From her extensive curriculum stands a private and commercial pilot license obtained in London. If not enough, in her free time she plays racket, collects antiques and devotes hours to appreciate art in all its forms. Now we understand why we can not find her anywhere...
(Workshop: Venustiano Carranza 28, Centro)

Gerardo Dragonetti

He is a Capricorn of January 19th of '66, and was born in Argentina. He studied scenography and, in it, the costume asignature: "There I discovered that what I liked the most was fashion design". In 1990 he presented his first prêt-a-porter collection and in 1992 the first haute couture one.
He arrived in Mexico in 1998, just for sightseeing... and here he stayed: "In Argentina there is my family, but here I have another, which is the one you choose, so I am happy." In May 1999 he opened his boutique.
Favorite designer: "My favorite in every way is Armani. Sober and modest, he is a person and a designer who always imposes".
Sources of inspiration: "A Borges' poem, a tango or an opera ... All the time something different. The new collection, which is very eighties, comes from my memories of that time, from how I lived love and how I met women: the former was inspired by Africa ... "
Smtg Very intimate: "When I arrived in Mexico I did not know whether to settle or not. I had many fears, had to make an investment, open a company .... One night, with the group I met to pray and meditate, I decided to leave everything in God's hands and forget the subject. I thought if he wanted to, everything would be all right. And he wanted to. That's why I say that he is my manager, my representative, because he made everything happen".
Where he sells: in his store, located in Parral # 26, Condesa. Tel 5211-7300

Blanca Estela Sánchez

She was born on August 8, 1968 and studied fashion design in Jannette Klein. She has a specialty in analysis of trends and production in Los Angeles. She presented her launch runway in 1998, although she was designing six years before for Enrique Martínez a the Palacio de Hierro and also for Héctor Terrones.
Favorite designer: "Valentino, Christian Dior and Balenciaga".
Sources of inspiration: "For my most recent collection, I was inspired by what you would wear to tour the most important cities on the African continent."
Something very intimate: "I like to be alone, I enjoy being with myself"
Where she sells: At the moment I only sells on order at 5574-2939, but you will soon find my clothes in Frattina.

Hector Terrones

He would rather say his weight than his age ... but confesses to being born in Mexico City in 1966. He studied with Jannette Klein and a Victorian corsets specialty at the Los Angeles Fashion Institute of Design and Merchandising. With thirteen years in the design bussines. He managed Guy Laroche's girls' license and dedicated himself for many years to making wedding dresses. His break was when Fernando Toledo asked him for a dress for a special avant-garde bridal: "I did it with Victorian metal silver goblets and came out portrayed everywhere. Worst of all is that it even sold out!"
Favorite designer: "Thierry Mugler, avant-garde, futuristic, ergonomic and architectural".
Sources of inspiration: "My experiences and the information I am acquiring".
Something very intimate: "That if I do not have a sex life, I can not work".
Where he sells: in his showroom (Popocatépetl 11, Condesa, Tel. 5207-1177), and in his store in Hermosillo.

Macario Jiménez

Macario was born in Guadalajara on November 8, 1977 and studied at Marangoni Institute, one of the best schools in Europe. "Fashion is all I can think of. Throughout my life I have been in love with fibers and clothing. "
He debuted with a runway in the La Tirana bar on October 5 of 1994, with a collection made with fibers, and today it is characterized by garments that, although different, look for to be practical and to make the user looks good in it.
Favorite designer: "Every year I love a different one. When I started I really liked Armani, but now I prefer Donatella Versace".
Sources of inspiration: "I am inspired by everything that happens around me. On TV, on the Internet ... Everything I live every day gives me new ideas".
Something very intimate: "That fashion is a passion for me, something that I wake up and go to bed every day."
Where it sells: in El Palacio de Hierro and in his showroom (Hegel 232-101, Polanco. Tel. 5531-5282).

page 356

Néstor Osuna

Néstor was born on May 8, 1967 in the state of Sinaloa. He studied industrial design for five years and then went to Italy to study fashion design at the Marangoni Institute. He stayed there, among others, with Alessandro Dell'Acqua. "I went to his runway, I loved his clothes, I sent him my resume by fax ... and then they called me. Simple!" His first collection was released in Mexico in 1998.
Favorite designer: "Martin Margiela, because he is avant-garde, trash, elegant, super ... By the way, I want to work with him! Give me his address!
Sources of inspiration: "I inspired myself. I like to copy nobody. I simply try to make the woman feel sexy, to feel different when she puts on a garment of mine".
Something very intimate: "I can not stand to live in the city, I like nature more."
Where he sells: in the store Habito (Presidente Masaryk 360 local 9. Passage Polanco).

Mariana Luna

She was born in Mexico City on December 4, 1969. She studied fashion design at the Fashion Institute of Technology in New York and at the Marangoni Institute in Milan. There she stayed at Trussardi and then returned to Mexico. Here she set to work for Marithé & Francois Girbaud and then for the Julio stores ... until she decided to create his own line.
She started selling her designs in her workshop since 1994, and her first catwalk was held in 1996.
Favorite designer: "Armani. I really like what he does, his simple and classic things, his fabrics, his cuts. He is a designer always at the forefront".
Sources of inspiration: "I am inspired by everything. Designers need to be open, see what's going on in the world, learn about music, take pressure on society, know what people are looking for, as well as being well-informed about international trends".
Something very intimate: "Luna is not my last name but my nickname. They call me like this because I'm a lunatic, because I'm always in another dimension and it costs me a lot of work to land".
Where she sells: in Frattina, El Palacio de Hierro, Habito and in her showroom (Newton 257-10, Polanco, Tel 5531-0941).

Mauricio Olivera / Grypho

He was born in Cuernavaca, Morelos on July 24, 1967 and studied business administration at the Universidad Iberoamericana. He was interested in fashion since he was a child (his sister and mother own the Facciata store). "I'm one of those rare cases of a child fashion victim." He started making leather goods while living in the State of Mexico with an indigenous Mazahua community, with whom he set up a company within the Solidaridad program, about eight years ago. He then set up a store in Polanco with the same products six years ago. At that moment he brought his workshop to Mexico and began to make jackets. He obtained the Boy London license and manufactured for Domit, Pepe Jeans, Guess and other brands. Four years ago he decided to make a line of his own that would respond to the needs of the youth market, and that would work in all the seasons. This is how Grypho was born.

Favorite designer: "Hussein Chalayan, because everything is played for the whole".
Sources of inspiration: "Women, even to make men's clothes".
Something very intimate: "I spend 70% of what I earn on horses. I have a ranch where my adoration lives, which is my mare 'La Dona' and my granddaughter, a redfish filly called 'Lust'.
Where he sells: in department stores and in its own stores, which are in Plaza Loreto, Plaza Satélite and in Mazatlán 82, Condesa (5359-6167). Also sold in Colombia and Costa Rica.

Julia and Renata

If their designs were not enough, Julia and Renata Franco would call our attention because they got along so well despite being sisters. Renata was born on April 20, 1973 and Julia on March 7, 1970, in Guadalajara. Both studied in the Centro de Diseño de Modas of that city. When they finished they began to work together, and won an illustration competition and went to New York. "On our return we decided that we wanted to do this forever." In 1991 they presented their first collection (with materials such as branches and plastic) for the Guadalajara Fashion Show.

Favorite designer: "Junya Watanabe with her line of fabrics for Comme des Garçons, because she is the only designer who does avant-garde things, who is really visionary and is ahead ten or fifteen years in time"
Sources of inspiration: "We are all day together, we live in the same house and we talk a lot. Suddenly an idea arises in one of us and the other part of that idea or the other way around. We never put limits, everyone designs what they want and in the end something very similar comes out because we are so connected".
Something very intimate: Renata loves to eat. And Julia always has to be clarifying that she and Renata are not a couple.
Where they sell: in Mexico City, in the Area store (Atlixco 71, Condesa), in Nuevo León in the Studio store (Real San Agustín 222, km 3 Garza García), in their showroom (Av. Vallarta 1020-8 Guadalajara) and in Fixión (Av. Universidad 1001, Plaza Bosques, Aguascalientes)

page 360

Youth: divine treasure

ya te vas para no volver, cuando quiero llorar no lloro y a veces lloro sin querer! >.< :..(Poem by Rubén Darío

In the perennial promise that any given decade would be the one where Mexican fashion at last would succeed, It was surprising that this next generation was so young, essentially rebellious and painfully fleeting.

The relay enlisted a new group of people, on the one hand: Ale Quesada, Trista, Malafacha. But at the same time the group of teamo, mancandy, paola hernández and of course Temores (359, 367), and Marvin & Quetzal (362-366). "In Mexico City, the hipster is essentially an expression of the comfort of the middle classes", writes journalist Daniel Hernández, in his book "Down and delirious in Mexico city" published in 2011. A recount of the years of the turn of the century and the nocturnal mess, appearing Zemmoa (359), César Arellano the photographer of 'diario de fiestas' and in a chapter titled 'A feathered serpent with Burberry lenses', Quetzalcóatl Rangel.

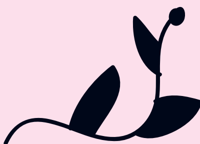
In the year 2003 the designer Marvin Durán was presented to a youngman from Tabasco in a trendy look. Marvin was born on November 9, 1980 in the Venezuelan Andes, and Quetzal on January 6, 1985, so that one was 22 and the other 18. The construction of their impossible image gave them entrance to all parties and the 'Social chronic' of those times. Quetzal at that time studied at Casa Francia, where Carlos Temores was also enrolled, but they lasted very little time, barely a couple of semesters, and they dropped out. #toocoolforschool

They play with names like 'Rata Margarita' or 'Je n'aime pas l'ecole' but in the end they decided on Marvin and Quetzal (myq), and presented themselves with a catwalk at the Hostal Virreyes in September of 2004. From their workshop in José Cevallos 52, in San Miguel Chapultepec began to create cut garments, cotton and silk blends and prints of their faces - shirts, blouses, pantijeans. They uploaded their creations to Myspace -a primitive form of a social network- and began to create a community of followers. They appeared in the Fashion Week of 2007 and 2008, sponsored by brands like American Apparel and Sauza, but something was changing. His heart logo turned into bleeding fangs and the mood between the two creators became more tense. In an age of excesses Quetzal depended on alcohol. On September 12, 2008 he appeared crashed in the inner patio of his building, had fallen 4 floors.
He was 23 years old.

Marvin presented a collection that year, but obviously went through a very difficult period. Eight years later MYQ's brand rises once again and is featured in MBFW 16, with the adjectives that characterize it as being youthful, cutting-edge and fun.

In a chronicle of that post-mortem runway of 2008, it is said that in the front row were Temores, César Arellano, Mike Salas and others. What is disturbing is that is a list of dead guys less than 10 years away, and all in circumstances never completely cleared up.
On January 7, 2015, Temores made the same trip as Quetzal falling from the third floor of his building, he was 31 years old.
He has made his debut in 2008 at DFashion. He presented only four runways and then went on to other things. 'We are very young but I do not think there is anyone in Mexico who has the criterion, to understand what we do as fashion, why do not go and ask that to Rei Kawakubo - but hey, they do not even know who Kawakubo is-'

In the obituary to him by the National Chamber of the Garment Industry, is said: 'always an individualist wanted the market to understand him, without him having to understand the market' and both statements summarize an aspect of that generation of creators: they were incapable of creating friendly and inclusive brands for Mexico.



page 363

A fashion brand in order to survive depends on being able to summon all types of consumers who finds in that imaginary a multiplicity of inclusive adjectives with which to identify. The spirit of these early- twentieth first-century brands was correct in rebellion and the need to break schemes, but wrong in the sense that they were closed brands to a certain type of insider, at right parties, with the right attitude, but without money to buy and so, failed to make the critical mass to make them enterprises, viable and real.

It should not be forgotten that Quetzal himself mentioned: "something is happening. There is a movement. We are doing something that refers to our origins. Everything I do has Mexican references. The myq line is inspired by the native mazahuas and tarahumaras, and the piñatas. The city is evoked in the garments. The colors are neon, chemical, almost aggressive. I always make references, but I take them to a more global level, not so obvious. Otherwise it is nothing more kitsch' ... In a way, the dichotomy of national identity was still being discussed here.

A little time before them, and from outside their 'group', another designer Sergio Alcalá had opened the avangarde in the xxi[st] century with his aesthetic excess, a collage of influences that could also be read as pure kitsch ... He had an early debut at 22 y.o. in 2006 fashion week - with themes like 'Huichol Galáctico', he became sort of an outsider, neither of the 'modernas' nor the establishment.

If the prototype of the 'artist expressing himself' is a sure way to fail as a designer, in this case these creators will forever remain the perfect example of the 'enfant terrible'.

And if death is always painful, that of promising young people is unbearable. :(It was the wrong time to play the Mexican 'Party Monster' (Bailey, 2003), and this teaches us that just as in art, excessive bohemia does not go anywhere, unless the party is creative, fun ... and productive.

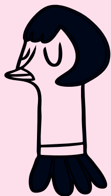
From that generation the girls had another performance: Ale Quesada, born in cdmx in 1981, studied at Casa Francia and put her mark in 2006. Her stamp is the girly silhouette as in cheerful clothes, close to that lolicon aesthetic making her a successful business in Japan. She has collaborated with Nike and Grupo Axo, and her current collections are so coherent, joyful and timely, her presence in networks so strong, it strikes that it seems her name is not repeated as much as certain other brands that are only boring, and would be taboo to describe them as plain,posh, prudy and 'beiges' even when they are.

Paola Hernández, born in '82, is one of the few Mexican brands that has fulfilled the dream of opening a store in New York. Garments that appear simple, but adding form / color / texture are conceptual exercises. Presents her collections in the Palacio de Hierro.

A fundamental element, a catalyst that made this generation different: was that they had to be the first to understand and use the internet.

Johann Mergenthaler, entrepreneur, model and promoter of fashion initiatives, comments on Mextilo the film (Prado 2014): '...we can talk about a fashion story in Mexico, which is from the moment the internet was born. Before we could talk about the prehistory of fashion in Mx -without of course leaving anyone out-. But the difference is that someone who lives in a remote area of Mx and can not go to NY, if can go online, can see what is happening outside and participate. Like Andy Torres who was born in Irapuato and is one of the most important bloggers in the country. The internet is a fundamental piece and we have used it very well'.





page 368

There will be a time when you can make a book, just by putting together the group photos intend it to fix some creative moment generation in Mexican fashion.

On Saturday, January 22, 2011, the newspaper Reforma in its fashion section published two sets of new promises to follow, in the first, the lineup was:

José Manuel Borbolla-event planning / Anairam-photographer / Kris Goyri -designer / Vera Félix - fashion expert / Johann Mergenthaler - model and entrepreneur / Alexia Ulibarri - designer

A week later, in the second installment of: Young Mexican stars under 30 y.o., the team looked like this (367)

Pink Magnolia - Paola Wong / Noé Roa - Designer / María Videl - Designer / Carlos Ortega - Designer / Lorena Saravia - Designer / Franklin Collado - Editor / Sofía Félix - Designer / Rafael Cuevas and Roberto Sánchez - Designers - teamo brand

Three years later, 2014, in its 15th anniversary edition, the Vogue Magazine in its second life in Mexico, the generation photo contained:

Natalie Amkie / Vanessa Gluckel / Juan Luis Valadez / Kris Goyri / Carla Fernández / José Alfredo Silva / Paulo Succar / Sandra Weil / Cynthia Büttenklepper / Alexia Ulibarri / Alejandra Quesada / Francisco Cancino / Alfredo Martínez / Giovanni Estrada / Lorena Saravia / Andrés Jiménez.

In the same year, Harper's Bazaar en Español, made an article 'The New Tribe' (394-407) that could well be the second part of that made in the year 2000 (352-356). 'Presenting the names of mexican design that have prepared the ground for the eyes of global fashion to turn towards Mx', now the list was as follows: Trista / Yakampot / Alejandro Carlín / Mancandy / Cihuah / Cynthia Büttenklepper / Kris Goyri / Alfredo Martínez / Julia y Renata / Alexia Ulibarri / Sandra Weil / Lorena Saravia / José Sánchez.

In the world of art, it is understood that only those productions that are recognized as part of the art system and placed in the museum, are those that reach the status of artistic piece. In our world of Mexican fashion, something is changing because it is not just the brands, it is also that we already have the existence of a system of thinking, promotion, exhibit curation: an emerging fashion intelligentsia. (375-385)

In these lists, it is painted in color only those names dedicated to clothing design, the first time that the name appears, if it is male or female, and we can see that only the list of the Harper's is almost without color. But is the best of them all: there are designers who had appear already since the Desirée Navarro's book, a surprisingly young Alejandro Carlin, Julia y Renata. People from avantgarde like Mancandy. And Trista, Yakampot and Lorena Saravia that are serious proposals of production and sales. Authors like Ulibarri and Goyri who have grown in proposal and sophistication over time, -something that is not so obvious because there are brands that are stagnant or flat, starting as designers and then devolutioning to dressmakers in few seasons.

But there is a strange absence: Malafacha ... O.o



page 370

M a l a f a c h a

You can realize everything is lost when you are interviewing a designer and the answer is -I don't do fashion, I am doing philosophy-, and then you turn to see the garments and are just basic blue sweaters.

Then, they quote the commonplace of Barthes & 'The System of Fashion', a semiotics book that does not apply to any fashion process - so you get it:
- it's a scam!!!!!.

What is really complex, is to make concepts through the medium of fashion, in which the reflection arises first from the construction of the garment and after from the collection is a whole, how it reflects and rises new ideas.

Francisco Saldaña and Víctor Hernal, are at same time in & out of the system. They always present in the best fashion platforms of the country. But precisely because their product is not the 'evening dress' they are not seem to be the editor's favorites.

Brand founded in 2005, it walks apart in a market niche in which, it once was splendidly alone, and to which increasingly new proposals are added: the possibility of speaking from the avant-garde and the counterculture to a conservative public, who needs to be 'guided' to understand these types of proposals and would at last 'make room for them'.

An avid collector of books, bordering in obsession, Saldaña is a librarian who searches in his multiple references those ideas that are not generated in what they already know, but in what they do discover and thus each collection becomes a treaty, justifying not only their narrative, but their deep reflection. Pachucos, butoh dancers, children's stories, punks and gypsies, Mexican traditions.

Their collection Santo Remedio SS 17 presented in the 10th mbfw in Foto Museo, took as reference the Sonora market, Mexico City's witchcraft headquarters. With models parading like dolls of closed eyes painted as if they were open. In this collection they make a a new and fresh start for the brand, searching in their files iconic garments from their 20 previous collections, to start a new stage of their history.

Francisco was born on April 20, 1981, and Victor on April 1, 1979. Hernal studied visual communication, which is interesting because it is seen in the generous use of materials with graphics, when most of the time the 'high Mexican fashion' is one of raw linen, being that Mexico is a country of prints and color.

They mention in an interview: 'We believe that we are falling into a serious error, there is an obsession for wanting to repeat country schemes that have nothing to do with Mexico, geographically, culturally, economically or politically ... but since they work for those using those schemes, we believe that it will also work for us, the eternal error of copying.

And this is not the case, now there is an obsession wanting us the designers to become wholesale producers, disguised as "entrepreneurs", and yes, we must be professional and entrepreneurial, but in the language of fashion, to not sell fast-fashion is a must and the bazaars of Canaive -Camara Nacional de la Industria del Vestido- are full of brands with these schemes. We do not need more, nor strengthen, that production sector of clothing that is quite healthy.We must create new schemes, languages and ways to grow the industry of Fashion'.

In their vocation to transform this fashion, Francisco and Victor also dedicate themselves to teaching. Saldaña has led the Jannette Klein University. Malafacha shows that fashion is not done in just one way.



page 377 (4 ladies & 1 gentleman)

A n n a F u s o n i

In a forum on a street in Polanco there was something a bit strange happening, there was lights, models, make-up artists, the generalized mess of any fashion show event, but without steps, without seats or public. The a fashion parede in an empty hall. But 2 million people took notice of what was going on there ... through youtube. The world's first exclusively digital fashion platform: Google + fashion, was the invention of Anna Fusoni and Mike Alva Google's Marketing Director in Mx. Starting in 2012, the project had only 5 editions, about 100 runways, followed by hangouts to comment and make room for criticism. But a series of technological advances made it a project ahead of its time: to be able to buy the garment you see on the catwalk right there by just picking it. The existence of Rose, a digital assistant that using trends and AI helped the designer in creating their collections.
Innovation, a disruptive project.
But it was not the first time Fusoni had done something like this.

Around 1986 she created Moda Premio that for 25 years was the contest to promote the new talents of design. In successive incarnations her idea continued: Contest of Young creators, Mezclarte, Concepto T3 - an entry platform at the time of MB-DFashion - and Creare - that in 2017 reached ten editions.

In 1978 she participated in the creation of the Semana de la Moda in Mexico, after her company ONC - National Office of Purchasing - organized Salón Boutique and Primera Visión. In 1985 the hotel where she would present the Salón, falls in the earthquake and she had to rise and resolve, as she has always done, reinventing herself.

In the editorial, now she is director of KS magazine, but in the past she was director of the magazine Claudia, of the Feminova section of newspaper Ovaciones. She was fashion director of the FWM - fashion week Mexico - in the those times of José Andrés Patiño.

With the name of Fusoni Fashion Network was given to the task of networking, creating contacts, discovering new talents. Networking!

Throughout this research it is revealed, very preponderant that Ramón Valdiosera Berman is a man of too many 'firsts': first designer with the integrative vision of 'Mexicana', first catwalk presented in New York, first to create the typical costumes of the national states, first designer to write a book of the Mexican fashion history, - according to photos in the agn most likely the pioneer in modeling agencies in the country - first to think of the Mexican pink. And for all that he has to be:
The Father of Mexican Fashion.

Obscure designers of which only a partial memory remained are called to be the progenitor of Mexican fashion and call themselves as their mother figure ... No! >: /

Traveling to give lectures and teach classes I have been going to the most distant places in the country, and wherever you go there is Fusoni, lecturing every semester in Intermoda, Minerva Fashion, Tijuana Innovadora, in Pachuca. Everywhere you go, there she is. In each place people knows her, loves her, the students look for her, and she stops and listens.

If someone has had the vocation to help young people and give them their first opportunity is she. In a milieu in which every decade every brand extinguish: she survived 5 decades of creation.
And for that, and for all her 'firsts' if anyone could be the 'Mother of fashion in Mexico' That is Fusoni. O.ob

Page 378

T a n y a M e l é n d e z

'Fashion is a cultural product, a symbolic language, a set of beliefs that a group of people shares and includes tattoos, hairstyle decorations. And that is linked to a constant change and is a system that includes individual organizations, can be universities, museums, canaive, etc.
What was done for L.A. to become a fashion capital?: suppliers, creators, flexible industry, all get together... but it was necessary that there was solid research in L.A. And that fashion had formal and informal relations with the culture of the city.
To talk about fashion education in Mx. you have to understand that the degrees are 'super' recent. The first was in the 80's in a single school (314), and in the 90 came just 4 more degrees. Of the 2ooo to here, there are no postgraduate studies, there is no deeper investigation, without research no more can be done'...
Tanya Méléndez on Mextilo the film

A fashion brand does not consist of making clothes, it is about constructing an imaginary, and that is made from perfume, lenses, accessories. But when brands really succeed, they begin to create meaning. And this culture, when articulated and conceptualized, gives rise to spaces as fundamental as the Fashion Institute of Technology

FIT in New York, apart from being one of the leading fashion schools in the world, in its rooms are exhibited the most evocative fashion shows, bringing together the fashion characters - Daphne Guinness, Susanne Bartsch, Quentin Crisp -. The great creators: Halston, Westwood, YSL. As well as new territories to imagine fashion: fashion & politics, a queer history of fashion.

In the year 2ooo, Miguel Covarrubias was happy, because a prize was awarded in his name to a Mexican girl - tanya - for her degree thesis in museology, the science that studies how museums work.
And with that, she asked for a Fullbright scholarship for higher studies for curation abroad ... but in fashion. Giving the jump from the university of the americas to the fit: Studies of fashion, theory of the fashion, history of the fashion. Context, study and thought that have made fashion structures more advanced in terms of research in those latitudes than in ours. With these abilities, she decided that traditional curatorship was not her thing but the curation of educational processes. Since 2oo8 she has been Senior Curator of Education and Public Programs of FIT and organizes two symposiums and around 30 lectures a year.

To be with her is to place oneself in just one degree of separation of emblematic figures like Bill Cunningham. And if not enough, she collaborates closely with the director Dr. Valerie Steele, who is one of the planetary referents of what is generated in studies and research in fashion, history and theory.

She settled in Manhattan. Fulfilling the desire of being in the center of fashion intelligentsia in New York. Dreams made true only for few Mexicans like Seco or Alfaro, just like those who have even established stores there like Pineda Covalin, Hernández and Méndez.

Her position allows us to imagine what we all can achieve. A vocation to teach.
Curating exhibitions many times deals with the past but education always deals with another time: with the future. ;)

page 381

AnaElenaMallet

Reading the list of all the fashion exhibitions that have been in Mexico (348) we should be ashamed, because it fits on a single page. The spaces of the 'official culture' have been skeptical of fashion, considering it frivolous, even in 2oo7 the director of the Mega-library Vasconcelos was sacked for the 'crime' of having allowed a fashion shooting in his facilities. Another 'controlled' scandal is the destruction of the Ex-convento de la Merced, for a sexennial project that it was not accomplished: El Museo de la Indumentaria y la Moda.
Thus, in the book 'exhibiting fashion before and after 1971', Amy de la Haye presents in 252 pages a history of fashion exhibitions in the Saxon world. And in that perspective we realize that fashion and museums, are in the world a marriage of money. The budget of the Ministry of Culture / Conaculta, annually rounds the $ 5,343,000,000 MXN that amount are approx. $ 286 million of dollars, for the whole culture, in the whole country: Mexico.

The NY MET operates 'just' with $332 million dlls. a year. And of that more than half comes from its fashion exhibitions, which are 'blockbusters' that attract millions of viewers and become 'conversation pieces' from the Met Gala, to the catalogs and the annual exhibition.

In 2016 an exhibition of Ana Elena: The art of clothing and fashion in Mexico 1940-2015 in the Palacio de Iturbide of Banamex attracted hundreds of thousands of spectators. We can see that their curatorial interests are not only personal whims, but the Mallet understands the zeitgeist surrounding, local level, international level. The way in which designs and in particular fashion are the point of intersection between high culture and popular culture.

Rosa Mexicano, Fashion and Identity: The look of two generations in 2oo9 in the Casa del Lago, was the first time the world of Valdiosera was united with the one of contemporary designers like Trista and Malafacha. It was a year of interviews with the maestro.

Her work with Boutique, the first time fashion came to a contemporary art museum of in Mexico. And in 2o17 the retrospective of the first decade of the Trista brand.

From this limited universe of what has been the expositive experience of fashion in Mx., the most interesting and even transcendent samples are of her authorship.

Once Fusoni worked in the Vreeland Vogue, and Diana did the fashion show area of the Met where Harold Koda, or later Andrew Bolton were the curators. In Mexico, Mallet has to be the equivalent of those functions in our small fashion universe. :)

In the year 2oo5, the Centro de la Imagen made a festival of photography, fotoseptiembre. Sometimes it was thematic, and so with the name of Trama y Estilo, focused on the world of fashion through the image.

Michel Mallard (384), made a series of events related to fashion. In that frame Ana Elena Mallet, Alfonso Morales and I, Gustavo Prado we did an art show of photography and fashion, by the name ... Mextilo. (From there came the name, of the film and of this book, although that exhibition was something else ...).

Mallet has managed to invite us in the world of fashion through his work. And she has many more things to show yet... : D

page 382

SaraGalindo

For 12 years she was in charge of the Elle magazine, but it was not only the editorial experience: you have to spin thinner. Closely, almost anyone can be in front of a magazine, but using a platform like this, to promote not the usual brands but the work of Mexican designers and brands speaks of a peculiar vocation that she reinforced with the projects following.

Elle Mexico designs, a fashion design reality-show, in some edition catapulted a star like Kris Goyri. But are successive steps, in the magazine to promote, in the contest to open doors. But then, this required a diagnosis of what were the problems of the young Mexican brands? Of course one is production tied to marketing in a vicious circle. To fight it, Mexicouture was born.

The future of fashion not only in Mexico, but in the world, goes through e-commerce. This is a platform that seeks to promote high-end products of Mexican designers through the internet and to gather specialized curators of the products for sale, constantly looking for what is being produced with high handcraft level in the country, and further to educate the buyer about all the advantages of buying Mexican products.

- 'I do not want to die before I see the names of our designers sounding in New York and Paris', she says in an interview and it is a legitimate concern, that we all share: this book is 500 pages of fashion history and there is still no Mexican name equivalent to the world as the ones of Yamamoto-Japan / Balenciaga-Spain / Chanel-France ... / ¿?¿? - Mexico :(

To achieve success abroad, begins with getting first a domestic market. And so in 2017 along with her partner Johann Mergenthaler, Sara was given the task of creating a new platform Designing Mexico 32 DMx32.

If in cdmx we are living the moment of the catwalks in changing venues during the fashion week, this project takes the concept to the extreme, changing form State to State in each presentation. To fulfill the goal of carrying this fashion project to the 32 states of Mx.

Not only presenting catwalks, but everything that surrounds the culture of fashion: exhibitions, conferences, the concept of fashion photography, the experience of the fashion film. And also always seeking to summon local talent to show in their place of origin to further project them to national arena.

There are more than enough vocations in fashion, but when you understand that thousands of fashion students graduate in Mx a year, and that most of them soon will drop or very few will make a career.

Then we realize that the schools gave expensive bachelor degrees but hardly educate in the reality of the market, just technical aspects that little conform to the actual market experience.

To understand the Mexican consumer. To fully enter the world of digital commerce. To understand the need of social networks - in which Sara is more than expert -. To be able to achieve production in scale. This are all the goals that Galindo and her projects are trying to achieve. And believe me, this girl gets things done!.

page 385

MichelMallard

If we speak of a few degrees of separation between us and the real world of fashion, perhaps the Mexican, closer to the sancta sanctorum of the fashion world: the French one, is Mr. Mallard.

In 2o14 he edited a coffee table book with the entire history of the brand: louis Vuitton Fashion Photography. It was launched with an exhibition in Singapore, also curated by him.

His editorial activity is impressive and can be read as a Who's Who of contemporary fashion. Of his authorship as curator-publisher, the 3 books of Jean Baptiste Mondino, the one of Steven Meisel, among others. He has organized and curated exhibitions by Nick Knight, Guy Bourdin, Saul Leiter, Melvin Sokolsky.

He has been in charge of the artistic direction of Jalouse, Marie Claire Japan & Blast magazines. And particularly L'Officiel and Vogue Hommes International.

From 1998 to 2o13 he was Artistic Director of the Hyères International festival of mode et de photographie, the encounter & meeting that presents the most interesting, challenging and propositive new creators of fashion and photography. Names like Alaïa, Dries van Noten, Yamamoto or William Klein and Oliverio Toscani are normal presences at that festival. Right there, also in Hyères, our muse Diane Pernet was talent scout of 2oo2-2011.

He has created as much the concept, as the photo and the video for perfumes Azzaro, Kenzo, Jean Paul Gaultier or Ines de la Fressange. In the newspaper La Tribune, Michel Mallard Studio conceived a luxury supplement La Tribune & Moi, proposing the layout design, and making its first covers with portraits of characters from Karl Lagerfeld to Carla Bruni.

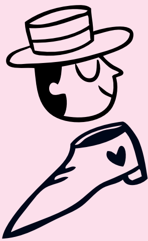
So, if Mallard does artistic direction, advertising creation, graphic design, exhibitions, photography - of all kinds, portrait, fashion - creation of audiovisual contents. In the end what is he? - The obvious answer is Creative Director, but he defined it best, in an interview when asked to describe what he is actually engaged in, he replied: Creative troublemaker.

His fields of work intersect because the concepts he creates, embodied in images basically share the same fundamentals - composition, hierarchy, structure, color ... What is necessary to think visually and give output to creation.

In 2oo5 he was curator of Fotoseptiembre and since then he occasionally returns to Mexico, when his creative projects bring him here. Although living in Paris for many years, his parents still live in Mexico. His father Ernesto Mallard, is an Op / Kinetic artist and with his example he had the learning that was determinant in his further career.

Mallard always has interesting, innovative, fresh and relevant jobs and solutions.

How he does it? -his secret:
- Keeping your eyes always open to new perspectives and appreciating the past. 3:)



page 387

In 2017 a brand like Pineda Covalín has 74,ooo followers on facebook and 26,ooo likes on Instagram. A successful Mexican brand. Since 1996, Cristina Pineda and Ricardo Covalín established in their own words: 'A cultural pursuit rather than a fashion brand'.

The idea of printed fabrics in other countries has allowed to construct concepts such as Marimekko, here the silk prints inspired by the ethnicities, traditions and cultural icons of Mexico, allowed Pineda Covalín to construct a total brand imagery: scarves, ties, dresses, shoes, handbags, huipiles, ponchos, glasses, a pet: Xico.
And collaborations with designers as Macario Jiménez and Los Vladimirovich
With a multitude of branches in Mexico, at certain moment a shop in NY, and presence in dozens of countries, they are the example of a Mexican firm that can establish mass production and become a profitable business and a brand known all over the world.

They are not the only ones, in the sense that in the second decade of the twenty-first century, fashion businesses are growing or consolidating in Mexico. To have some measure of its penetration in the market, maybe an indicator could be presence in social networks ...
(facebook = fb, instagram = ig)
So we have that:

LOB	5oo,ooo fb + 49,ooo ig |
Julio	316,ooo fb + 567o ig |
Ivonne	325,ooo fb +63o3 ig |

Brands that should be the answer to fast-fashion, but from Mx and focused on markets of middle age and income. And they have taken the 'design strategy' to grow their market.

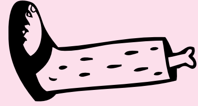
To give some perspective:

Yakampot	9,857 fb + 12, ooo ig |
Trista	14,351 fb + 23,ooo ig |
Malafacha	15,oo0fb + 8,145 ig |

Where we see that even when the brands of 'author's fashion' are covered by the editorials, walking the platforms and catwalks, still have a lot to build in terms of positioning ...

Compared with the idea of scale of the world brands, they leave us cold:

American eagle mx
11,500, 000 fb + 008, 000 ig |
Forever21 mx
13,800, 000 fb + 12,700, 000 ig |
Cyamoda C & A mx
8,900,000 fb + 142, 000 ig |



page 388

The modern world becomes eclectic for fashion. Brands coming from the nineties like Macario (344, 345), coexist with the brands from the counterculture like Malafacha, the Mexican notes of Yakampot, to imagery based on digital cultures and e-commerce as Pay's.

In the Harper's Bazaar anniversary generation portrait we see today designers closing this tale -2017.

Alejandro Carlín (397). He made his career in Monterrey with the brand 'Lola de Alejandro', having studied at Marangoni and St. Martins. He was born on February 14, 1979. Then launched a premium brand in 2011 with his name. He sells on Saks Fifth Avenue, in his Goldsmith 38 Polanco showroom and on the mexicouture platform.

Mancandy (400). Andrés Jiménez singing in the middle of his catwalk is a break we should thank, in a fashion medium so correct that we live in perpetual yawn. Originally from Cuernavaca, Morelos and working as professional photographer, he came to Cdmx to establish his brand in 2007 when he was 23 years old. -Andrés born 11/25/1984- Asimmetria, grafismo and irreverent mixture of materials in his collections. He defines his style: 'The street style of real Mexicans, the one that I see in the subway and downtown'.

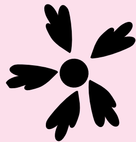
Cihuah (401). Vanessa Guckel is a French architect who in 2012 opened her brand in Mexico, which means 'women' in Nahuatl. Her trademark is the use of black and white in constructive problems of geometric forms to push the garments into architectural construction metaphors.

Cynthia Büttenklepper (402). A fashion designer from Ensenada, Baja California. Going from Mty to Barcelona, actually she started her design work while working in Istanbul. In 2010 she returned to Mexico and created her own line of clothing, appearing in IDM in SS12. Starting from few silhouettes and sober colors, she creates collections with the adjective of great quality craftsmanship in the finishes, producing limited editions.

Kris Goyri (403) With a fashion masters in Barcelona, in 2008 he was the winner of ELLE Mexico Diseña. Almost ten years since, in which he has shaped quality, design, aesthetics and concept in silhouettes and ultra feminine materials within a conservative elegance. Has a showroom at Emerson 251, Polanco.

Alfredo Martinez (404) Originally from Guadalajara, he studied fashion and also was at ELLE Mexico Diseña, in 2011. His collections are characterized by mixtures of materials in unusual contrasts, which bring it closer to a pictorial experience. He was selected as guest designer for the Lob brand, one of the most positioned in the country.

Sandra Weil (407) She specialized in Fashion and Haute Couture in Barcelona. Sandra Weil Couture was founded in Mexico in 2008 with a vision to create the highest quality, unique and timeless attire. She makes a line of ready to wear, another of high range and also brides. Has a showroom in Polanco in Emilio Castelar 185.



page 391

Alicia Melodiosa ... was the first name by which Josa Silva and Giovanni Estrada intended to create a super luxury brand for the most exclusive Mexican consumer. They did not succeed. But in the end they did Trista, who in 2017 turns 10 years of existence ...

Josa studied Industrial Engineering, was born on April 5, 1979. And Giovanni was in architecture and born on March 27, 1978. They met in Casa de Francia school at the time it was a little world in which people like Alejandra Quesada or Temores were there.

The brand was the winner of Vogue's Who's Next in 2015. Already by that time, the sophisticated language of Trista creations was developed. From their earliest collections with titles such as 'Pavlov's Dog' or inspiration like the works of the blind photographer Evgen Bavcar, they walked down another path.

From Alicia ... to Trista, to Simple by Trista. It is the outline of how a brand finds a market first by trying to create niches of super luxury, and then lower them to a more landed creation acording to the reality of mexican fashion environment.

Giovanni says that '...in a book by Fernando Pessoa I stumbled upon the word 'Triste' -sad-. I turn to Josa and say 'Trista'. Pum! It clicked on us in two seconds. We understood that it was a word that had a clear, sophisticated personality ... '

What Trista wants to make a feeling tangible through clothing. Which is evidenced from the literary reference, the textile experimentation, but more than anything, the coherence in the moment of creating a certain clothing and environment, which becomes an integral part of the design process. Precisely for that reason on their anniversary they presented an exhibition curated by Ana Elena Mallet with the title: Trista ten years of telling stories.

Over time the pair separated and thus, Josa remained in charge of Trista. And Giovanni in charge of Simple. This gave way to multiple collaborations with other authors and partners to create other discourses. Thing that had always happened since they had Esteban Sanín, Gustavo Garcia Villa, or even the flock of young trainees, bringing their perspectives to the processes.

In 2012 Josa happily teamed up with Natalia Ferriz to create Children of our town. Through the collections it tells

the stories of different neighborhoods of Mx. And at the same time seeks to represent the Mexican art, the culture, talent and spirit of our country.

In order for something to last, it has to go under many transformations.

Thats the secret of Trista: the possibility of not being a single solution but many, all under the same name. Diversifying in branches like Trista Hommes that exists since 2015. As with Tristan und Isolda, a firm of wedding dresses where two super powers of Mexican fashion join: Josa Silva and Francisco Cancino.

page 399

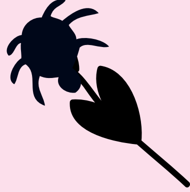
Tristan and Isolda began in 2016 when both Trista and Yakampot realized that they get orders of wedding dresses that had to fulfill each by its own. By being together they could have the necessary infrastructure to launch two collections and understand the 'fiancées'. The brand wants to be able to bring to reality, the dream of the rite, the expectation of the ceremony:
'The wedding dress, therefore, is exciting. Its design translates to dream, a mixture of the past and the future. For us is exciting and it is really a challenge to be able to interpret those dreams into a garment that will be part of one of the most important events in a person's life'- comment the designers.

There are different territories in fashion design, like the bride gowns and all the other dresses marking the beat of the rites of passage: quinceañeras, proms, presentations. But the challenge is to be able to overcome the common places and be able to do something with those categories that allow complex solutions in design problems. In this same category falls the children's clothing.

A few years earlier, in 2012 there was a lovely brand of clothing for the little ones: Arroz con leche. By the time it was ten years in 2012, they thought the best way to celebrate it was to scale it.

Then the partners Concepción Orvañanos and Francisco Cancino took the name of a place in Chiapas where they worked: Yakampot. In Maya Tzotzil it means 'the place where water is born'. We decided to call it that because we wanted a name that was both indigenous and Mexican. But one, that both in sound and graphism could be a name positioned around the world.

Cancino comments: 'Our clothes are made in communion with Mexican artisans in different parts of the country. We rebuilt indigenous patterns to bring them to the current fashion. Yakampot woman is multicultural, I can imagine her in Coyoacan but also traveling in Paris. We have everything in Mexico, it is very important to put high the name of our country'.
Yakampot dreams of being an internationally recognized Mexican brand. Francisco Cancino was born on December 3, 1984 in Tuxtla Gutierrez, Chiapas. He graduated from Jannette Klein.



page 410

Alexia Ulibarri (406) was born in San Luis Potosí in 1985. Looking to satisfy her vocation went to London and studied fashion in 2003. And returned to Mx to make a brand to answer the needs of today's woman. In 2009 she presented her first collection 'Dark Romance' and from then on she has made a career in catwalks where she always tells a story through the collection.

Since choosing the title: Astris, Florilegia, Ana and Gertrudis, Dream of a square, Chatelet, Daphne's Tale and Simona... Names and narratives that look very nineteenth century but are solved in very 21st century avant-garde collections, with materials combined in surprising uses.

In her collection Leonora PV 2017 (408-409) she reaches a mature language in design, risky, jovial, purposeful and with sense of humor. But also at http://alexia-ulibarri.com/collections/leonora we see something new: the possibility that even when it is a collection of high rank, everything is available to buy online.

That is the sign of the times. And fashion in Mx in 2017 is still in transition so you can choose between two paths: if you put a store / showroom - with a killer rent - or if you just choose to leave the bricks down and go direct for the clicks.

One of the proposals to follow is that of Andrés Catalina and Vil Vegas: the Pay's brand since 2015. Knitted fabrics with complicated and nowadays drawings. In the beginning could have been the ideal clothes to attend a music festival or to be in a trendy party. But thanks to his extraordinary social network management, became a favorite among university students of any level. An intelligent brand that caters design to a niche that is there: the urban youth who need more cutting-edge, more fun clothing. Uncharted territory where, in all this time, the only flag was Malafacha's.

Understanding electronic commerce you can make proposals like this, without spending on the useless mirage of the store in Polanco. And reaching the 32 states of the country immediately. Pay's is the example of the future fashion world that is to come in Mexico. But they are not the only ones....

Tony Delfino comes from a completely different place: the urban graffiti, drawings and city interventions.
And with that, the exact same spirit becomes a streetwear creator. At the front is 'Smithe', inspired by popular culture to create retro-touches, here you can find t-shirts, bomber jackets, hoodies, caps, pins.
It might seem like a secret brand compared to any of the others I've reviewed here. But with 30,000 fb + 26,000 ig we realize that these 'seemingly' avant-garde niche brands, understood much better the idea of the market, and to a large extent do not even come from studying fashion or the traditional idea of fashion...
Drawing in the margins of the official fashion, from Rosa Pistola, into 12crew and Cítrico Moda, designers find a streetwear starved audiencer.

page 412

Like Tony Delfino, perhaps the most 'unknown' fashion brand is MERCADORAMA of AHMED BAUTISTA. They make official clothes of singers and bands. (But on a large scale). To sell all, they created KICHINK!.
One day, looking for something that spoke positively of Mx, Ahmed and ANUAR LAYÓN invented 'MEXICO IS THE SHIT' bomber jacket (427). The success that followed demonstrates that the future of fashion in Mx does not pass through evening dresses, but in the line drawn by:
SOCIAL NETWORKS + E-COMMERCE + DESIRABLE PRODUCT + INFLUENCERS + PRODUCTION IN SCALE.
(But this is not taught in fashion schools. It's URGENT to forget this degrees as 'female careers' - where they only teach corny crafts - and transform it into careers in REAL DESIGN and marketing).

If someone has set the example of how to open new roads, these are AXEL ESCALANTE and OMAROV AGUILAR. They founded CROM, a magazine that has no texts, in fact they define it as a 'printed social network'. But not only it is a magazine, it is a platform where photographers, designers and brands can risk a little by expanding the limits of what little we allow ourselves to explore in our ultra-conservative fashion medium.

They also organize parties, make concerts, and are happy to bring anyone from around the world using their superpowers given by the internet. (such as the cover with the model Shaun Ross or the time they gave us Formichetti)

They have shop / promote fashion brands / - in the Mbfwl6, they presented a collective of creators:
MyQ (362-366), ApparelK, RTD-Ready to die- (419), Rcl,
Bmc (Black Market Cult) and Maniphest which are two brands of Gdl. In the magazine pages we see brands from Marika Vera (414) - author's lingerie / Mancandy / No Name studio by Jonathan Morales / to the avant-garde stances of the self-taught Víctor Barragán in Yinifninfinity (416) and Giuseppe Ayanegui in Ayaneguibrand.
The first with 25 years and the second born on 12/24/94 with 23 years.

The escape of the Labyrinth of Solitude of the twenty-first century for Mexican fashion goes through the search for the vanguard of Pay's and CROM. To understand e-commerce as they do in COMPRA MODA NACIONAL, MERCADORAMA and MEXICOUTURE. It goes through the way the MBFW fashion platform adapts to new scenarios. But it demands that for an increasingly diverse Mexico, our fashion respond to those differences with products for hundreds of niche markets.

Initiatives like Dmx32 seek to bring fashion to many territories.
We can no longer waste time, we need fashionable business that lasts more than ten years, that surpasses its creators' life and that identifies Mx in the world. Let's start with that:
At last we, the 120 million Mexicans dress daily!
And we must use and promote our national fashion. O.ob

Octavio Paz said: 'A society is defined not only by its attitude towards the future but to the past: its memories are no less relevant than its projects. Although Mexicans are concerned - or rather obsessed - about our past, we have no clear idea of what we have been. And what is more serious: we do not want to have it. We live between myth and denial, we deify certain periods, we forget others ...

For us who love Mexico through its design and its fashion, let us use the memories of Mextilo - and let's not forget - to be able to live in a better future. : D <3 xxxooo

page 423

HOW MY LOVE FOR FASHION ENDED
A PERSONAL NARRATIVE OF HOW IT ALL WENT TO HELL By Javier Herrera on 04/14/2014 | @ 9 minutes, 34 seconds

Hello Mexican Fashion!

How are you? Everything is fine, I do not think you remember me very well since my last name is not 'Galindo' or 'Fusoni' or anything like that. Moreover, I do not even work on COLOURS and the truth, except a couple of things they do with the MUTEK FESTIVAL, the rest of what they do, does not matter to me. And to make it all harder, I'm brown, I'm not gay and I like basketball and that seems to have nothing to do with you, so I guess it's going to be very difficult for you to remember me. However, I wanted to write you this, since weeks ago, but I assumed you were very busy with 'FASHION WEEK' and all that mess, so I preferred to wait.

I think we both know that our 'thing', is not going well, I do not want to sound like a psychopath stalking you, but yes. I do not know, I think that lately we fight a lot and the truth is every time I understand you less. We have drifted away and that is not a good sign. I know that in such situations it is not good to remember, but sometimes it is impossible for me to forget all the good things we spent together and how somehow everything went to hell.

Believe it or not, we met when I was still in college and although from years ago I fantasized about you watching 'FTV', my head and heart were elsewhere and the truth is that if not for this pair of courses in textiles and accessories would never ever have known you. I still remember the first time we were together on a catwalk, 'HUICHOL GALÁCTICO POP' by SERGIO ALCALÁ, -Really queen? 'Huichol Galactico Pop'!! well, I was just trying to figure out what was going on, but I really did not understand; My hands were sweating, I was intrigued to see people shaking their heads like in tennis, - although I have never been to tennis - and to be able to draw conclusions I chose to see those who, according to me, knew more. Until that moment everything was a first idealization and although it was Sergio Alcalá, everything was fine, photos, models, music, clothes, smells, everything.
Right there I realized that even though I did not know you, I did not understand very well and you had no idea who I was, I wanted to be with you.

I've always considered myself a lucky guy and thanks to you, my life and my career changed and suddenly without thinking we were living together, - in my head I stole you on horseback like in the old days - I was convinced that we were never been so far and that we could function as a perfect complement.
I liked to brag about you, to talk to people about you, how I and how little or how much I knew you, I could make you better, how I wanted us both, to grow older together, to have children and then Mercedes Benz gave us a Van for free, I cared so much that I spent whole months specializing in a future together, I went to gym a couple of times and I went on diet almost for two weeks straight, all because I wanted to explain to people how incredible you were.

At that point and without realizing it, I was in love with you <3.

I changed my city thinking that here in GUADALAJARA 'CAPITAL OF FASHION' everything would be better, I was more excited with you than ever, I left my family and friends thinking that in this new city we would have many things to do. The space and the people seemed to be very well, it seemed that here they would take us seriously. I will not deny it, here in Guadalajara is where I have spent the best days with you, but also the worst.

I went to New York expecting to know the rest of you, certainly one of the trips of my life. I learned a lot, I could see you with other eyes, it was not about judging or comparing, but understanding you. I wanted you to learn a lot and be proud of what you were.
My heart was still with you, although honestly I met one of your cousins in Soho and I liked her very much and we kissed each other without thinking.
You know, things that men do, we were drunk, does not count, for me you were still the person, thing or whatever most important in all my life.

Yes, I know, I lost my head, you were everywhere, on the street, on the television, in my talks, in my books, in other women that interested me, in my friends, in all my bookmarks on the internet, in my Magazines, in my work and maybe it was there where the problems began, not for nothing they say that one should not put business and pleasure together and I did it. Thanks to this - the work - I could be in a place that I enjoy a lot, one where I could talk about you and also they paid me, - very little but well, that's not your fault, it's PRI's fault.

There I understood that in your case, money has nothing to do with talent, but also that as much as you have, if there is talent there is nothing, it is not only about being weird and exaggerating, gluing things in the Body and 'parade' - like Sergio Alcalá - it is about being different for real, it is about thinking, reading, and reflecting on how? And the Why?

You are so important to so many people, I was trying to realize how you were able to move the world and my heart.

Honestly, I do not know what happened, I do not want to blame you for everything, a relationship is two -in most cases- and I'm not perfect, but I'm sure this time it was not my jealousy or my immaturity that I fucked up, I refuse to think that everything is over, but Jose Jose already said it in one of his best songs, 'porque nada es para siempre y hasta la belleza cansa, ¡el amor acaba!!' ('cause nothing is forever and beauty ends being boring'). So, or I am a coward and I can not stand you, or your beauty tired me. :(

I'm going to opt for the second one - because I have not had a date for months with anyone and that more than making me a coward, it makes me a loser and I do not want to leave you that impression of me - I got tired of everything, I got tired of those who only see you as a bad business, I got tired of the "important" people of the city who just want to go to your parties, I got tired of "fashion entrepreneurs" who do not pay their suppliers and who ask to "copy" the designs from other parts of the world to their in-house designers, I got tired of the 3-month-old bloggers who just want the registration to enter a platform that supports the "local scene" but does not pay their photographers and / or uses an image of a campaign bought in a bank of images for 3 dollars. I got tired of public relations, I got tired of the invitations and plane tickets paid for people to speak well of you without really deserving it.

I got tired of school directors who can not stand criticism, because is something unnecessary and quite possibly a detonator of school dropouts and if that happens, who pays? Where is the business? How can they go to New York and kiss with your cousins if it is not this way? I got tired of school managers without vision, worried about how to please everyone, the student, the teacher, the administrators, for what? - To buy Mercedes Benz vans. I got tired of school directors who do not talk about design, because they have no fucking idea - sorry mom - of what the word actually means, but I got tired of your students too, those who claim to be very much in love with you, who are passionate about everything - except sewing - who dream of being LAGERFELD, FORD or GAULTIER but have no idea who are GIOVANNI ESTRADA or FRANCISCO SALDAÑA and who surely where so lazy to google SERGIO ALCALÁ a couple of minutes ago, I got tired of their disguises. I was tired of never having a budget, that everything is 'in exchange' and that the little things that generates cash flow, are poorly made or a copy, quality will never change if no one invests, but, how do you invest if nobody purchase? And why buy if there is always something cheaper and better in Zara or H&M and suddenly this formula is repeated to infinity.

I do not know if I am exaggerating, but I think that someone has to make a decision and apparently I will have to be the one, because - as always - you never say anything, and I will quote 'Anna Fusoni' because I feel like it:
'Fashion suffers from the ostrich phenomenon: she believes that hiding the head will solve all problems. We must face, accept and correct'.
And that I will do, to accept that this is not going well, I do not want to hurt ourselves more and I do not deny that from time to time we can have some occasional sex with any of the collections of MALAFACHA or TRISTA, - even with one of STRES- but for now I think we should give ourselves some time, I do not want to offend you but I think you are eternally in PMS, and really I can't stand it. .

Maybe we can be friends, but that does not mean we can not go alone anywhere, I know it does not look like it, but I'm very angry with this, it seems unfair to me how you've behaved with me these past years and after the ELLE MEXICO DISEÑA, I do not even want to talk. Since you are in a 'reality' I lost all hope of recovering you.

Anyway, I'm going to delete you from Facebook and stop following your Twitter, but I'll leave your number just for 'emergencies' you never know when, things like 'WOLF IN SHEEPSKIN' can return the urge to throw you in my bed and make love to you.
Seriously, I hope you understand me, be happy, but above all, grow up.

With love, Javier.
PS: Come by your things to my house whenever you want, they are already in a box.

ABOUT THE AUTHOR on how I stop loving fashion: Javier Herrera / Famous for his bad jokes, Founder @welovecorner and Editor @bldrmx

Í N D I C E

versalitas	dudes diseñadores o marcas
negritas	libros o películas
itálicas	*ilustraciones*

C O N T E N I D O

A N D O N E L L A

Andonella le pinta todas la mañanas unas cejas en la frente a su perrita... Rita. Como no pudo ser tatuadura porque le tiemblan las piernas, 'tatúa' todo lo que NO se mueva.
Las hojas de papel principalmente, pero también las chamarras, las sudaderas, los pines. Hace dibujos grandototes para las marcas en cosas como el Corona Capital. Ha dibujado a toda velocidad para Volkswagen, Sonia Rykiel.
Es de lo mejor que hay en el libro 50 ÍCONOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO de Editorial Travesías. También dibujó en Pictoline. Es seria como Merlina, pero con mucho sentido del humor. Muchas veces sus personajes tienen los ojos cerrados porque los captura en el momento justo en el que están ensoñando. Últimamente hizo un libro en el que ya no salen sólo personajes sino pequeños mundos. Son los mundos en los que Andonella juega con la historia y los sitios de México. Hace mucho mucho tiempo ella quiso ser diseñadora de moda, pero no lo hizo para diseñarse ella sola. Pero para cumplirse el sueño dibujó con mucho cariño Mextilo. Y con eso iluminó los sueños de moda de muchas niñas y niños que algún día serán creadoras felices ... como ella...

G U S T A V O P R A D O

Cuatro cosas por las que vino Prado al mundo: los perros, el café, el vino tinto y... dar clases. En la vida hago mil otras cosas más: hago curaduría, he sido Curador de los dos únicos museos de foto que ha habido en DF, donde hago cosas como POSE fotografía de moda Mx en 2016.
Soy Speaker profesional en Tedx, en Startup Mx, Intermoda, Minerva Moda, Dmx32.
Soy mentor en Unreasonable, en Startup Weekend.
Hago estudios de tendencias y futuros para empresas como Diageo, Pepsi, Dafiti, Calvin Klein. Tengo Trendo.mx que es una agencia de tendencias con miles y miles de seguidores en fb y soy vlogger en youtube.
Pero todo eso es perder mi tiempo: yo sólo debería de dar clases. He impartido cátedra en todas las escuelas de moda de CDMX. Soy maestro en la Maestría de Diseño Avanzado en Morelia. He sido Director en el Cedim de Mty.
Pero neta todavía no he encontrado una escuela que pueda lograr hacer una educación para el diseño, NO filosófica sino práctica que no se pierda en las manualidades sino que enseñe conceptos de marca. Supongo que eventualmente tendré que poner una escuela por que urge una revolución.
Me muero por coachear a un alumn@ que sea el primero en triunfar desde Mx en la moda mundial. No lo he logrado... aún.

M E X T I L O + L I B R O

En el siglo XXI lo más importante es crear con libertad, todo el tiempo oigo que los diseños, o que la moda 'tendrían que tener mas apoyo del gobierno'... - NO!
Este libro es como es, porque no creo que nadie pueda determinar la creación de otra persona. En el camino varios diseñadores y editoriales me dijeron que le entraban si -por ejemplo- quitaba a Andonella. Entonces la enseñanza es que hagas tus proyectos sin pedirle permiso a nadie, ese es el mérito de FONDEADORA, ahora KICKSTARTER: LA POSIBILIDAD DE CREAR EN LIBERTAD. !GRACIAS AL CROWDFUNDING! Además del apoyo increíble del fondeo, este libro no se hubiera podido hacer sin la generosidad de los diseñadores, a todos GRACIAS -DUDES! ESTE ES SU HOMENAJE!!-. Después de dedicar una vida a la fotografía, mi familia de la foto vino al quite, a ustedes: Francisco Mata, Alessandro Bo, Federico Gama, Ana York, Dulce Pinzón, Valerio Gámez, Raúl Guerrero, Lourdes Almeida, Gerardo Montiel Klint, Antonio Caballero, Nacho López, Carlos Contreras, Carlos Somonte, Pedro Meyer, Mayra Mendoza, Tufic Yazbek, Manuel Zavala, !Adolfo Patiño!!!, Germán Najera + Iván Flores, Giancarlo Cruz, Iván Aguirre, Tony Solís, Felipe Huertas, Jamie Luca, Rodrigo Navarro, Salvador Hernández, Donovan Quiroz, Khristio, Alberto Hidalgo, Eduardo Guijosa. Mil mil gracias!!
La lista es muy larga pero hay que intentarlo, GRACIAS A: SR XAVIER REYES, SRA. JANNETTE KLEIN, FRANCISCO SALDAÑA Y GREGORIO LÓPEZ / Anna Fusoni, Tanya Meléndez, Ana Elena Mallet siempre compartieron información y sus puntos de vista / El Gimnasio de Arte, Scal Comunicación en Gdl., Puebla Viste Diseño. / En Mty. mil gracias a Yadira Ornelas y a David Durán / María Guadalupe Lara y el equipo de FM4C / GRACIAS A SARA GALINDO Y JOHANN MERGENTHALER POR LA AVENTURA DE DMx32 / MIL GRACIAS a mis 25,000 GUSLIEBERS que me siguen en trendo.mx y a los 250,000 que me ven en youtube, de verdad ustedes son mi razón para vivir. Al final, gracias a tí que buscas en este libro las respuestas a tu vocación. Siempre estaré aquí para ti: escribeme en el face, o en el instagram, me tardo pero siempre te voy a contestar :D

prado@trendo.mx

fin.

¿no te gustó?
-si es cierto,
faltan algunos...
-no te estés quejando!
¡tu haz el tuyo!!!





trendo.
mx